

**PENGARUH LOKASI, PENGETAHUAN, DAN RELIGIUSITAS TERHADAP MINAT
MENGUNAKAN JASA PERBANKAN SYARIAH
(STUDI KASUS MASYARAKAT KECAMATAN PEGANDON KABUPATEN KENDAL)**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat

Guna Memperoleh Gelar Sarjana

Dalam Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan S.1 Perbankan Syariah



Oleh :

NISFA WAHYU RIYANI

NIM : 1805036069

S1 PERBANKAN SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG

2022



KEMENTERIAN AGAMA RI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Prof. Dr. Hamka (kampus III) Ngaliyan Telp/Fax (024) 7601291, 7624691, Semarang, Kode Pos 50185

Lamp : 4 (Empat) eksemplar
Hal : Naskah Skripsi
An. Saudara.
Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Walisongo Semarang

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah kami meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya, bersama ini kami kirim naskah Skripsi saudara :

Nama : Nisfa Wahyu Riyani
NIM : 1805036069
Jurusan : S1 Perbankan Syariah
Judul Skripsi : PENGARUH LOKASI, PENGETAHUAN, DAN RELIGIUSITAS
TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN JASA PERBANKAN
SYARIAH

(Studi Kasus Masyarakat Kecamatan Pegandon Kabupaten Kendal)

Dengan ini kami mohon kiranya skripsi saudara tersebut dapat segera di munaqosahkan. Demikian harap menjadi maklum.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Semarang, 31 Mei 2022

Pembimbing I


Prof. Dr. Hj. Siti Muhibatun, M.Ag.
NIP.195904131987032 001

Pembimbing II


Nasrul Fahmi Zaki Fuadi, Lc., M.Si
NIP.1986071820190310007



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

Jl. Prof. DR. Hamka Kampus III Ngaliyan, Telp/Fax (024) 7608454 Semarang 50185

Website: febi.walisongo.ac.id – Email: febi@walisongo.ac.id

PENGESAHAN

Nama : Nisfa Wahyu Riyani
NIM : 1805036069
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Skripsi : **Pengaruh Lokasi, Pengetahuan, dan Religiusitas Terhadap Minat Menggunakan Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus Masyarakat Kecamatan Pegandon Kabupaten Kendal)**

Telah dimunafosahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang dan dinyatakan LULUS pada tanggal

21 Juni 2022

Dan dapat diterima sebagai pelengkap ujian akhir guna memperoleh gelar sarjana (Strata Satu/ S1) dalam ilmu Perbankan Syariah.

Semarang, 21 Juni 2022

Dewan Penguji

Ketua Sidang

Choirul Huda, M.Ag.
NIP. 197601092005011002

Sekretaris Sidang

Prof. Dr. Hj. Siti Mujibatun, M.Ag.
NIP. 195904131987032001

Penguji I

Prof. Dr. Mujiyono, MA.
NIP. 195902151985031005



Penguji II

Farah Amalia, S.E., M.M.
NIP. 199401182019032026

Pembimbing I

Prof. Dr. Hj. Siti Mujibatun, M.Ag.
NIP. 195904131987032001

Pembimbing II

Nasrul Fahmi Zaki Fuadi, M.Si.
NIP. 198607182019031007

MOTTO

“Dunia Dibangun Di Atas Mimpi Yang Hebat”

Prof. Dr. H. Mujiyono, MA

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah saya haturkan kepada Allah SWT yang telah meridhoi saya untuk menyelesaikan skripsi. Segala perjuangan saya hingga titik menyelesaikan skripsi ini saya persembahkan kepada dua orang yang paling berharga dalam hidup saya yaitu Bapak Riyadhho dan Ibu Juwarni. Hidup menjadi begitu mudah dan lancar ketika kita memiliki orang tua yang lebih memahami kita daripada diri kita sendiri. Ketika dunia menutup pintunya pada saya, Bapak dan Ibu membuka lengannya untuk saya. Ketika orang-orang menutup telinga, mereka berdua membuka hati untuk saya. Bapak dan Ibu telah melalui banyak perjuangan untuk saya hingga titik ini. Tapi saya berjanji tidak akan membiarkan semua itu sia-sia. Saya ingin melakukan yang terbaik untuk setiap kepercayaan yang diberikan. Saya akan tumbuh menjadi yang terbaik yang saya bisa. Pencapaian ini adalah persembahan istimewa saya untuk Bapak dan Ibu. Terima kasih atas semua cinta yang telah Bapak dan Ibu berikan.

DEKLARASI

Nama : Nisfa Wahyu Riyani
NIM : 1805036069
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : S1 Perbankan Syariah

Menyatakan dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab, bahwa skripsi ini merupakan hasil karya sendiri, bukan dari hasil plagiasi atau duplikasi karya dan pemikiran orang lain. Kecuali referensi yang dijadikan bahan rujukan untuk mencari informasi dan dikutip berdasarkan kode etik ilmiah.

Semarang, 9 Juni 2022

Deklator



Nisfa Wahyu Riyani

NIM 1805036069

TRANSLITERASI

Transliterasi penulisan skripsi terdapat istilah Arab dengan acuan Surat Keputusan Bersama Departemen Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia tanggal 22 Januari 1998 Nomer : 157/ 1987 dan 0593b/ 1987.

A. Konsonan

ا = a	ز = z	ق = q
ب = b	س = s	ك = k
ت = t	ش = sy	ل = l
ث = ts	ص = sh	م = m
ج = j	ض = dl	ن = n
ح = h	ط = th	و = w
خ = kh	ظ = zh	ه = h
د = d	ع = ain	ي = y
ذ = dz	غ = gh	
ر = r	ف = f	

B. Bacaan Vokal Pendek

- ◌َ = Fathah, Ditulis = A
- ◌ِ = Kasrah, Ditulis = I
- ◌ُ = Dammah, Ditulis = U

C. Diftong

- اي = ay
- او = aw

D. Syaddah (-)

Syaddah ber lambangkan konsonan ganda, seperti اَلطَّبَّ

E. Kata Sandang

Kata sandang (ال) bertuliskan al-.... Seperti الصنعة = al- shina''ah. Al- penulisan huruf kecil apabila berada pada awal kalimat.

F. Ta' Marbutah

Setiap ta' marbutah dituliskan dengan "h" seperti المعيشة الطبيعية = al-ma'isyah al-thabi'iyah

ABSTRAK

Industri perbankan syariah di Indonesia mengalami perkembangan yang sangat pesat dilihat dari data statistik perbankan syariah 2021 di OJK. Objek yang diteliti pada penelitian ini adalah Masyarakat Kecamatan Pegandon Kabupaten Kendal dimana mayoritas masyarakat beragama muslim dan masih minim masyarakat menggunakan jasa perbankan syariah. Penelitian ini bertempat di Kecamatan Pegandon Kabupaten Kendal dengan tujuan mengungkapkan analisis pengaruh lokasi, pengetahuan, dan religiusitas terhadap minat masyarakat Kecamatan Pegandon menggunakan jasa Perbankan Syariah dengan metode kuantitatif pada 100 responden dengan cara pengisian angket. Teknik analisis yang digunakan uji validitas, uji reabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, dan uji koefisien determinasi. Hasil penelitian mengatakan bahwa variabel independen (lokasi, pengetahuan, dan religiusitas) secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap minat masyarakat menggunakan jasa perbankan syariah. Secara parsial pengetahuan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan jasa perbankan syariah, sedangkan variabel lokasi dan religiusitas berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan jasa Perbankan Syariah.

Kata Kunci : Lokasi, Pengetahuan, Religiusitas, Minat Jasa Perbankan Syariah

ABSTRACT

The Islamic banking industry in Indonesia is experiencing very rapid development from the 2021 Islamic banking statistics at the OJK. The object studied in this study is the Pegandon District Community, Kendal Regency where the majority of the community is Muslim and there are still few people using Islamic banking services. This study took place in Pegandon District, Kendal Regency with the aim of revealing the analysis of the influence of location, knowledge, and religiosity on the interest of the people of Pegandon District using Islamic Banking services with quantitative methods on 100 respondents by filling out a questionnaire. The analysis technique used is validity test, reliability test, classical assumption test, multiple linear regression analysis, and coefficient of determination test. The results of the study indicate that the independent variables (location, knowledge, and religiosity) simultaneously have a significant effect on people's interest in using Islamic banking services. Partially, knowledge has no significant effect on interest in using Islamic banking services, while location and religiosity variables have a significant effect on interest in using Islamic banking services.

Keywords: Location, Knowledge, Religiosity, Interest in Islamic Banking Services

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr.Wb

Alhamdulillah, puji dan syukur atas Allah SWT, yang terus melimpahkan berkah, nikmat, taufiq, serta hidayahnya. Sholawat serta salam senantiasa terhaturkan kepada Baginda Nabi Muhammad SAW, sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Lokasi, Pengetahuan, Dan Religiusitas Terhadap Minat Menggunakan Jasa Perbankan Syariah”. Penyusunan skripsi untuk menyelesaikan persyaratan mencapai jenjang Strata 1 (S1) Perbankan Syariah di Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Proses pembuatan skripsi ini, penulis mendapatkan banyak bantuan, bimbingan, saran serta perhatiannya dari semua pihak sehingga karya ini dapat terselesaikan. Penulis ingin berterima kasih kepada:

1. Rektor Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang Bapak Prof. Dr. Imam Taufiq, M.Ag.
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang Bapak Dr. H. Muhammad Saifullah, M,Ag.
3. Kaprodi S1 Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang Ibu Heny Yuningrum, S.E., M.Si dan Sekaprodi S1 Perbankan Syariah Ibu Muyassarrah, M.Si
4. Wali Dosen penulis Bapak Choirul Huda, M.Ag
5. Dosen Pembimbing 1 Ibu Prof. Dr. Hj. Siti Mujibatun, M.Ag. dan pembimbing II Bapak Nasrul Fahmi Zaki Fuadi, Lc.,M.Si yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran dalam memberikan saran, bimbingan dan arahan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Segenap dosen dan staff Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Negeri Walisongo Semarang khususnya jurusan S1 Perbankan Syariah.
7. Kedua orang tua penulis yaitu Bapak Riyadho dan Ibu Juwarni yang telah memberikan dukungan, motivasi yang tiada henti, dan doa pada masa perkuliahan hingga sampai dengan masa akhir pengerjaan skripsi.

8. Saudara sedarah yang telah memberikan dukungan serta semangat kepada penulis dalam mengerjakan skripsi.
9. Srluruh teman-teman S1 Perbankan Syariah dan teman sekolas PBAS B yang saling memberikan semangat dan bantuan
10. Semua sahabat, teman-teman penulis dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu,

Akhir kata penulis menyampaikan “jazakumullah khairan katsira” teruntuk berbagai pihak yang terus memotivasi sehingga skripsi ini bisa terselesaikan dengan lancar. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini terdapat banyak kekurangan. Maka penulis sangat berharap kritik dan saran yang membangun untuk perbaikan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberi manfaat bagi yang membaca.

Wassalamualaikum wr.wb

Semarang, 9 Juni 2021



Nisfa Wahyu Riyani

NIM 1805036069

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN.....	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
DEKLARASI.....	vi
TRANSLITERASI.....	vii
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian	7
1.4. Manfaat Peneltian.....	7
1.5. Sistematika Penulisan Skripsi	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1. Lokasi.....	9
2.1.1. Pengertian Lokasi	9
2.1.2. Pemilihan Lokasi	10
2.1.3. Indikator Lokasi.....	11
2.2. Pengetahuan	11
2.2.1. Pengertian Pengetahuan.....	11
2.2.2. Indikator Pengetahuan	12
2.3. Religiusitas.....	14
2.3.1. Pengertian Religiusitas	14

2.3.2. Aspek Religiusitas.....	15
2.3.3. Indikator Religiusitas.....	16
2.3.4. Faktor-faktor yang mempengaruhi	16
2.4. Minat	18
2.4.1. Pengertian Minat.....	18
2.4.2. Indikator Minat	20
2.5. Perbankan Syariah.....	21
2.5.1. Pengertian Perbankan Syariah	21
2.5.2. Perbedaan Bank Syariah dan Bank Konvensional	23
2.5.3. Produk dan Jasa Perbankan Syariah	23
2.6. Penelitian Terdahulu	29
2.7. Kerangka Pemikiran.....	33
2.8. Hipotesis.....	34
BAB III METODE PENELITIAN.....	35
3.1. Metode Penelitian.....	35
3.2. Jenis dan Sumber Data	35
3.3. Populasi dan Sampel	36
3.4. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	38
3.5. Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.6. Teknik Analisis Data.....	41
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	46
1.1. Gambaran Umum Kecamatan Pegandon	46
1.1.1. Kondisi Geografis Kecamatan Pegandon.....	46
1.1.2. Visi dan Misi Kecamatan Pegandon	47
1.1.3. Gambaran Umum Responden	47
1.1.3.1. Populasi Penduduk.....	47
1.1.3.2. Agama	48
1.2. Deskripsi Responden	49
1.3. Deskripsi Penelitian Responden dan Variabel Responden	49
1.4. Analisis Hasil Penelitian.....	59
1.4.1. Uji Validitas	59
1.4.2. Uji Reabilitas.....	60
1.4.3. Uji Asumsi Klasik	61
1.4.3.1. Uji Normalitas	61
1.4.3.2. Uji Multikolinearitas	62
1.4.3.3. Uji Heteroskedastisitas.....	63
1.4.4. Uji Regresi Linier Berganda	63
1.4.5. Uji Hipotesis.....	65

1.5. Pembahasan.....	68
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	72
1.6.Kesimpulan	72
1.7.Saran	72
DAFTAR PUSTAKA.....	74
LAMPIRAN.....	78
CURICULUM VITAE.....	99

DAFTAR TABEL

1.1 Perbedaan Total Aset BRI dengan BSI.....	2
2.1. Perbedaan Bank Syariah dan Bank Konvensional.....	21
2.2. Penelitian Terdahulu	28
3.1. Definisi Operasional	38
3.2. Skala Interval	39
4.1. Penduduk Kecamatan Pegandon Berdasarkan Jenis Kelamin	
4.2. Pemeluk Agama di Kecamatan Pegandon	48
4.3. Karakteristik Jenis Kelamin	48
4.4. Jenis Kelamin dengan Variabel Minat	49
4.5. Karakteristik Umur Responden.....	50
4.6. Umur dengan Variabel Minat	51
4.7. Karakteristik Tingkat Pendidikan	52
4.8. Tingkat Pendidikan den Variabel Minat	53
4.9. Karakteristik Jenis Pekerjaan.....	54
4.10. Pekerjaan dengan Variabel Minat.....	55
4.11. Penghasilan	56
4.12. Penghasilan dengan Variabel Minat	57
4.13. Uji Validitas	58
4.14. Uji Reabilitas	59
4.15. Uji Normalitas.....	69
4.16. Uji Multikolinearitas	61
4.17. Uji Heteroskedastisitas.....	62
4.18. Uji Regresi Linier	62
4.19. Uji t-test	64
4.20. Uji F	66

4.21. Uji Koefisien Determinasi	67
---------------------------------------	----

DAFTAR GAMBAR

2.1. Kerangka Berpikir.....	33
-----------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitin	78
Lampiran 2 Identitas Responden	80
Lampiran 3 Tabulasi Data Responden.....	83
Lampiran 4 Karakteristik Responden	89
Lampiran 5 Hasil Uji Validitas	94
Lampiran 6 Hasil Uji Reabilitas	97
Lampiran 7 Hasil Uji Normalitas.....	98
Lampiran 8 Hasil Uji Multikolinearitas.....	98
Lampiran 9 Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan (Uji Gletser).....	98
Lampiran 10 Hasil Uji Regresi Linier Berganda dan Hasil Uji T	99
Lampiran 11 Hasil Uji F	99
Lampiran 12 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	99

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Keberadaan industri perbankan menjadi semakin penting, bagi Negara berkembang salah satunya Indonesia. Keikutsertaan perbankan dalam mengumpulkan serta mendistribusikan lagi dana-dana masyarakat dapat menolong proses pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Pertumbuhan dan perkembangan perekonomian nasional adalah adanya partisipasi dari dunia perbankan kepada warga negara Indonesia melalui kredit usaha kecil, menengah ataupun kredit usaha lainnya, hingga wadah penjaminan dana simpanan rakyat Indonesia.¹

Ciri-ciri sistem lembaga keuangan syariah menjalankan tugas menggunakan bagi hasil sebagai prinsipnya bisa memberi solusi sistem perbankan untuk saling memberikan untung kepada pihak masyarakat dan bank hingga mengunggulkan nilai keadilan dalam melakukan transaksinya, berinvestasi yang menggunakan etika, menonjolkan nilai-nilai gotong royong serta persaudaraan dalam berproses, serta dalam transaksi keuangan tidak melakukan suatu hal spekulatif. Dengan tersedianya berbagai macam produk dan layanan jasa-jasa perbankan yang berbagai macam ragam dengan skema keuangan yang lebih bervariasi, sehingga berbagai golongan masyarakat Indonesia tanpa terkecuali berminat menggunakan jasa perbankan syariah dan alternatif yang dapat dipercaya masyarakat.²

LKS (Lembaga Keuangan Syariah) serta perbankan syariah semakin unggul dan meneguhkan keberadaannya dalam perekonomian di Indonesia.³ Pesatnya perkembangan bank syariah di Indonesia, bisa di lihat dari berbagai jaringan kantor perbankan syariah yang naik dalam beberapa akhir tahun. Diketahui dari statistik perbankan syariah 2021 di OJK (Otoritas Jasa Keuangan).

¹ H Bachtiar Simatupang, Universitas Islam, dan Sumatera Utara, "Peranan Perbankan dalam Meningkatkan Perekonomian," *Jurnal Riset Akuntansi Multiparadigma (JRAM)*, 6.2 (2019), 136–46 (hal. 145).

² "Perbankan Syariah," *ojk.go.id* <<https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/tentang-syariah/Pages/Perbankan-Syariah.aspx>> [diakses 10 Maret 2022].

³ Siti Mujibatun, "Prospek Ekonomi Syaria' h Melalui Produk Mudarabah dalam Memperkuat Sektor Riil," IV, 141–55 (hal. 144).

Periode 2011-2021 BUS (Bank Umum Syariah) bisa naik secara signifikan. Yang mana pada tahun 2009 BUS di Indonesia memiliki jumlah 11 unit serta pada tahun 2021 BUS naik hingga 12 unit, dan diikuti dengan perkembangan secara cukup signifikan BPRS dan UUS. Selain hal tersebut, pertumbuhan aset yang dimiliki UUS dan BPRS tahun 2020 pada bank syariah sejumlah 598 Miliar, semakin naik pada tahun 2021 sebanyak 646 Miliar.⁴ Perbankan syariah melakukan sebuah usaha bersama sehingga mampu berkembang meningkat seperti itu. Usaha tersebut dapat dilihat dari komitmen Majelis Ulama Indonesia (MUI) dalam mengawal dari sisi fatwa. Yang mana fatwa diperlukan sebagai pemasti bahwa dalam kegiatan di Perbankan Syariah sudah selaras dengan prinsip-prinsip syariah. Fatwa tersebut yang mengeluarkan adalah Majelis Ulama Indonesia (MUI) melalui Dewan Syariah Nasional (DSN).⁵

Perkembangan dan pertumbuhan industri perbankan syariah dapat ditunjukkan berdasarkan penjelasan hal diatas, itu memperlihatkan keberhasilan bermuamalah dalam mempraktikkan prinsip-prinsip Islam. Dan meningkatkan minat masyarakat memakai jasa perbankan syariah di Indonesia. Namun jumlah nasabah bank syariah masih kalah dibandingkan dengan jumlah nasabah bank konvensional. Hal tersebut dibuktikan dengan selisih total pada aset bank syariah dengan bank konvensional. Bisa dilihat pada tabel perbedaan total aset Bank Syariah Indonesia dengan Bank Rakyat Indonesia.

Tabel 1.

Perbedaan Total Aset BSI dengan BRI

Nama Bank	Tahun		
	2021	2020	2019
BSI	265.289.081	239.581.524	205.297.027
BRI	1.678.097.734	1.610.065.344	1.416.758.840

⁴ "Statistik Perbankan Syariah."

⁵ Nasrul Fahmi Zaki Fuadi, "Implementasi Akad Al-Ijarah Al-Maushufah fi Al-Dzimmah sebagai Alternatif Pembiayaan di Lembaga Keuangan Syariah Indonesia," *Indonesian Journal of Islamic Literature and Muslim Society*, 4.2 (2019), 211–32 (hal. 214) <<https://doi.org/10.22515/islimus.v4i2.1750>>.

Kebanyakan masyarakat Indonesia memeluk agama Islam. Berdasarkan data Kementrian data Kementrian Dalam Negeri (Kemendagri), sebanyak 253,53 juta jiwa per 31 Desember 2021 merupakan jumlah masyarakat Islam. Jumlah tersebut setara dengan 86,9 % dari populasi tanah air mencapai 273,32 juta orang.⁶ Sehingga menghasilkan peluang kepada perbankan syariah dalam meningkatkan perkembangannya di masyarakat. Penjabaran tersebut mempunyai tujuan dalam menyediakan layanan kepada nasabah muslim yang bertempat tinggal di Indonesia berdasarkan dengan nilai religiusitas didalamnya.

Terdapat beberapa pengaruh yang menurut peneliti bisa mempengaruhi masyarakat untuk memakai jasa bank syariah. Salah satu faktornya adalah lokasi, yang merupakan bauran pemasaran (*marketing mix*) ke tiga setelah produk (*product*), harga (*price*), dan promosi (*promotion*).⁷ Lokasi dapat menjadi penentu, keberlangsungan perusahaan ke depan dan sasaran nasabah sehingga produk bisa sampai ke pasar yang dituju secara efisien serta efektif. Lokasi yang strategis merupakan salah satu faktor penyokong untuk menyebarluaskan produk yang mana tempat strategis menjadikan nasabah mudah dalam menuju Bank.⁸ Penelitian yang dilakukan oleh Afrian Rachmawati dan Gusti Oka (2019) menunjukkan bahwa lokasi memiliki pengaruh positif terhadap keputusan menjadi nasabah di perbankan syariah.⁹ Lokasi sarana jasa juga mempunyai pengaruh terhadap keberhasilan suatu jasa karena lokasi erat hubungannya dengan pasar potensial penyedia jasa. Lokasi atau tempat seringkali ikut menentukan keberhasilan perusahaan, karena lokasi erat kaitannya dengan pasar potensial sebuah perusahaan.¹⁰

⁶ Dimas Bayu, "Sebanyak 86,9% Penduduk Indonesia Beragama Islam," *Dataindonesia.id*, 2022 <<https://dataindonesia.id/ragam/detail/sebanyak-869-penduduk-indonesia-beragama-islam>> [diakses 19 Maret 2022].

⁷ Gary Armstrong Philip Kotler, *Principles of Marketing*, 2021, hal. 69.

⁸ Firna M. A Poluan, "Strategi Marketing Mix Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Pada Minuman Kesehatan Instant Alvero)," *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 7.3 (2019), 2969–78.

⁹ Afrian Rachmawati et al., "Pengaruh Consumer Knowledge, Brand Image, Religiusitas, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada Bank Syariah," *Liquidity*, 8.2 (2019), 111–23 (hal. 121).

¹⁰ Ahmad Mas, Muhammad Ihsan Hamdy, dan Mila Dinda Safira, "Analisa Strategi Marketing Mix Menggunakan Konsep 4 P (Price, Product, Place, Promotion) Pada PT Haluan Riau," *Jurnal Hasil Penelitian dan Karya Ilmiah dalam Bidang Teknik Industri*, 5.2 (2019), 79–86.

Pengetahuan masyarakat mengenai perbankan syariah masih kurang, pada era modern saat ini.¹¹ Apabila masyarakat mempunyai berbagai pengetahuan menyangkut bank syariah serta produk didalamnya akan cenderung lebih mudah dalam memastikan pilihannya. Jika masyarakat memiliki tingkat pengetahuan yang lebih tinggi, maka konsumen tersebut bisa lebih baik dalam mengambil keputusan. Semakin banyak pengetahuan mengenai bank syariah yang dimiliki konsumen, semakin besar pula kemungkinan untuk berhubungan dengan bank syariah. Hal tersebut di buktikan dalam penelitian Rahmawati Deylla dan Maimun Sholeh (2018) yang menunjukkan adanya pengaruh positif pengetahuan terhadap keputusan masyarakat dalam menggunakan produk bank syariah.¹²

Faktor yang tidak kalah penting mempunyai keterkaitan untuk mempengaruhi minat masyarakat adalah religiusitas yang membentuk perilaku konsumen untuk pertumbuhan perbankan syariah. Religiusitas mempunyai hubungan linier terhadap minat masyarakat kepada keputusan, salah satunya adalah minat. Penjelasan itu dapat di kaitkan dengan peneliti Hardius Usman (2015) yang memiliki pikiran bahwa religius memiliki dampak signifikan terhadap keputusan masyarakat Islam dalam memakai bank syariah.¹³ Penelitian oleh Fifi Afiyanti Triuspitorini (2019), menjabarkan bahwa adanya pengaruh tingkatan religiusitas terhadap mahasiswa yang menabung di bank syariah. Semakin tinggi tingkatan religiusitas akan meningkatkan keinginan menabung mahasiswa di perbankan syariah.¹⁴

Kabupaten Kendal pada tahun 2021 mempunyai jumlah penduduk hingga 1.032.816 jiwa. Kabupaten Kendal berdasarkan data dari website resmi data.jatengprov.go.id mempunyai 20 kecamatan, salah satunya Kecamatan

¹¹ Muhammad Erwin Soaduan Pohan Fandrinal, Budi Trianto, "Analisa Persepsi Masyarakat Terhadap Bankm Syariah (Studi Kasus Di Nagari Pintu Padang Kecamatan Mapat Tunggul Kabupaten Pasaman)," 9.1 (2020), 38–53.

¹² Rahmawati Deylla Handida dan Maimun Sholeh, "Pengaruh Tingkat Pengetahuan, Kualitas Layanan, dan Tingkat Literasi Keuangan Syariah Terhadap Pengambilan Keputusan Masyarakat Muslim Menggunakan Produk Perbankan Syariah Di Daerah Istimewa Yogyakarta," *Jurnal Ekonomi dan Pendidikan*, 14.1 (2018), 84–90.

¹³ Hardius Usman, "The Role of Religious Norms On Selecting The Islamic Bank," *Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah*, 7.1 (2015), 31–44 (hal. 42) <<https://doi.org/10.15408/aiq.v7i1.1356>>.

¹⁴ Fifi Afiyanti Triuspitorini, "Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Mahasiswa Politeknik Negeri Bandung Untuk Menabung di Bank Syariah," *Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 4.2 (2019), 54–69 <<http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/Maqasid>>.

Pegandon.¹⁵ Luas wilayah Kecamatan Pegandon mencapai 31,12 Km². Wilayah Kecamatan Pegandon terdiri dari 12 Desa dengan mayoritas pencaharian warganya sebagai petani. Pada tahun 2021 jumlah penduduk dari Kecamatan Pegandon sebanyak 37.954 jiwa, yang terdiri sebanyak 19.012 jiwa (50,09) laki-laki serta 18.942 jiwa (49,91%) perempuan. Mayoritas warga Kecamatan Pegandon memeluk agama Islam yaitu sebanyak 3 orang (99,8 persen) dari total jumlah penduduk yang ada. Sisanya 72 orang (0,2 persen) beragama Kristen Protestan, Kristen Katholik, dan aliran kepercayaan. Hal itu dibuktikan dengan tempat ibadah sebanyak 185 buah, terdiri dari masjid sebanyak 23 buah serta musholla sebanyak 162 buah.¹⁶

Sarana yang menunjang perputaran uang yang ada di Kecamatan Pegandon adalah sektor dagang. Jumlah sarana perdagangan di Kecamatan Pegandon pada tahun 2020 yaitu 1 unit pasar umum yang dikelola oleh pemerintah daerah dan 8 unit minimarket. Kecamatan Pegandon juga merupakan daerah yang unggul dengan sentra industri kuliner olah kulit kerbau dan sapi yang sudah terkenal yaitu kerupuk rambak. Ada beberapa merek dagang kerupuk rambak dan ada belasan *home industry* kerupuk rambak di Kecamatan Pegandon yang sedang didorong untuk dipasarkan secara online, sehingga berdampak positif dengan banyaknya pesanan yang datang dari luar negeri seperti di negara Malaysia, Singapura, dan Hongkong.¹⁷ Sektor dagang dan pertumbuhan *market share* penjualan kerupuk rambak di daerah Pegandon yang semakin meningkat pada setiap tahunnya. Diharapkan mampu untuk meningkatkan minat masyarakat untuk bertransaksi di Bank, khususnya Bank Syariah.

Berdasarkan pada data Otoritas Jasa Keuangan (OJK) yang dipublikasi akhir tahun 2020 posisi Assets Gross perbankan syariah di Kabupaten Kendal mencapai Rp. 156 Miliar¹⁸. Banyaknya penduduk yang beragama Islam yang religius sangat

¹⁵ "Data Jateng" <<https://data.jatengprov.go.id/>> [diakses 10 Maret 2022].

¹⁶ BPS Kabupaten Kendal, *Kecamatan Pegandon Dalam Angka*, BPS Kabupaten Kendal (Kendal: BPS Kabupaten Kendal, 2021), hal. 28
<<https://kendakab.bps.go.id/publication/2021/09/24/f714b8305950088e3fa16c65/kecamatan-pegandon-dalam-angka-2021.html>>.

¹⁷ Dhian Adi Putranto, "Siapa Sangka, Kerupuk Rambak Asal Kendal ini Ternyata Digemari Masyarakat Internasional," *jateng.tribunnews.com*, 2018 <<https://jateng.tribunnews.com/amp/2018/07/04/siapa-sangka-kerupuk-rambak-asal-kendal-ini-ternyata-digemari-masyarakat-internasional?page=2>> [diakses 1 April 2022].

¹⁸ Statistik Perbankan Syariah, Desember 2020

memungkinkan berbagai opini masyarakat dalam menentukan/memilih bank. Pada dasarnya orang yang memiliki pengetahuan agama lebih kuat tidak mau menggunakan jasa bank syariah karena pengaruh letak bank syariah yang hanya terdapat di pusat kota, sedangkan bank konvensional mempunyai jarak yang mudah dijangkau. Masyarakat masih beropini bahwa bank syariah serta bank konvensional memiliki persamaan yaitu sama-sama menggunakan sistem bunga seperti yang dilakukan oleh bank konvensional. Tidak sedikit masyarakat mengatakan bahwa nisbah bagi hasil tidak ada bedanya dengan pemberian/pengembalian suku bunga sehingga mereka menganggap bahwa bank syariah serta bank konvensional sama saja, yang membedakan cuma istilahnya saja.¹⁹ Dan juga letak perbankan syariah sendiri hanya tersebar di sekitar Kendal kota saja belum mencapai ke beberapa kecamatan sekitarnya termasuk Kecamatan Pegandon. Berdiri jaringan kantor sebanyak lima 5 untuk bank konvensional dan 1 lembaga keuangan syariah.

Berdasarkan informasi diatas, peneliti ingin mengkaji lebih lanjut dan melakukan penelitian mengenai **PENGARUH LOKASI, PENGETAHUAN, DAN RELIGIUSITAS TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN JASA PERBANKAN SYARIAH (Studi Kasus Masyarakat Kecamatan Pegandon, Kabupaten Kendal)**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka permasalahan yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini adalah:

1. Apa pengaruh lokasi terhadap minat masyarakat untuk menggunakan jasa Perbankan syariah?
2. Apa pengaruh pengetahuan terhadap minat masyarakat untuk menggunakan jasa Perbankan Syariah?
3. Apa pengaruh religiusitas terhadap minat masyarakat menggunakan jasa Perbankan Syariah?

¹⁹ Fandrinal, Budi Trianto.

1.3 Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah di atas maka tujuan dari penelitian ini antara lain :

1. Mengetahui pengaruh lokasi terhadap minat masyarakat untuk menggunakan jasa Perbankan Syariah
2. Mengetahui pengaruh pengetahuan terhadap minat masyarakat menggunakan jasa Perbankan Syariah
3. Mengetahui pengaruh religiusitas terhadap minat masyarakat menggunakan jasa Perbankan Syariah

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini antara lain adalah :

a. Bagi Lembaga Keuangan

Sebagai harapan lembaga keuangan syariah mampu menunjukkan suatu hal yang dapat memotivasi para nasabah untuk menggunakan jasa layanan Perbankan Syariah.

b. Bagi Fakultas

Hasil penelitian ini sebagai tambahan atau pelengkap kepustakaan ilmiah yang ada pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dan sebagai tambahan informasi pihak-pihak yang membutuhkan.

c. Bagi Peneliti

Penelitian ini merupakan penerapan ilmu selama kuliah dengan kenyataan sesungguhnya, sehingga ilmu pengetahuan yang diterima bisa digunakan sebagaimana mestinya.

1.5 Sistematika Pembahasan

Agar penulisan skripsi ini bisa terarah dan sistematis maka dalam skripsi ini dibagi dalam 5 bab dimana setiap bab terdiri dari sub bab sebagai perinciannya. Adapun sistematika pembahasannya adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bagian membahas latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan skripsi.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi teori secara umum sebagai acuan dalam merumuskan hipotesis serta membantu dalam menganalisis hasil penelitian mengenai: teori-teori lokasi, pengetahuan, dan religiusitas terhadap minat menggunakan jasa Perbankan Syariah.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Membahas mengenai metode penelitian melalui proses penelitian mulai dari metode penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, variabel penelitian, definisi operasional, teknik pengumpulan data, teknik analisis data sehingga gambaran umum dari penelitian ini bisa diketahui.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini merupakan penjelasan singkat Kecamatan Pegandon yang diteliti, menganalisis data, dan pembahasan atas hasil pengolahan data.

BAB V PENUTUP

Bagian yang dibahas kesimpulan yang diperoleh dari hasil keseluruhan penelitian dan saran peneliti.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Lokasi

2.1.1 Pengertian Lokasi

Bauran pemasaran (*marketing mix*) yang ketiga merupakan lokasi (*place*). Bauran pemasaran merupakan seperangkat perlengkapan pemasaran taktis yang dipadukan sebuah perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkan di pasar sasaran. Bauran pemasaran terdiri dari segala sesuatu yang bisa dikerjakan perusahaan untuk mempengaruhi permintaan produknya. Banyaknya kemungkinan bisa dikumpulkan menjadi empat kelompok variabel yaitu lokasi (*place*), produk (*product*), harga (*price*), dan promosi (*promotion*).²⁰ Lokasi mencakup aktivitas perusahaan yang membuat produk tersedia bagi sasaran konsumen. Jejaring yang mana produk serta jasa bank disediakan dan bisa dimanfaatkan oleh nasabah itulah lokasi bank.²¹

Lokasi selama nasabah memanfaatkan jasa dan produk perbankan merupakan faktor penting yang akan mempengaruhi pemilihan Bank dan kepuasan nasabah. Oleh karena strategi lokasi atau kemudahan yang diberikan oleh Bank agar nasabah mudah memperoleh layanan produk dan jasa perbankan harus menjadi perhatian dalam pengelolaan pemasaran.

Kelangsungan perusahaan kedepan dan sasaran konsumen sehingga produk bisa mencapai pasar yang dituju secara efektif dan efisien ditentukan oleh lokasi. Lokasi fasilitas memiliki berpengaruh terhadap kesuksesan suatu jasa karena lokasi erat kaitannya dengan pasar potensial penyedia jasa. Lokasi atau tempat seringkali ikut serta dalam menentukan kesuksesan perusahaan, karena lokasi erat kaitannya dengan pasar potensial sebuah perusahaan.²² Lokasi bank yaitu letak dimana diperjual belikannya produk cabang bank dan pusat pengendalian perbankan. Dalam kegiatannya terdapat beberapa macam lokasi kantor pusat, cabang utama, cabang

²⁰ Philip Kotler, hal. 69.

²¹ Sentot Imam Wahjono, *Manajemen Pemasaran Bank* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013).

²² Fandrinal, Budi Trianto.

pembantu, kantor kas, dan lokasi mesin-mesin. Anjungan Tunai Mandiri. Jadi, dapat disimpulkan bahwa lokasi bank adalah tempat mengoperasikan produk produk perbankan dan untuk mengatur serta mengendalikan perbankan sesuai dengan prinsip-prinsip syariat Islam (Bank Syariah).²³

2.1.2 Pemilihan lokasi

Pemilihan lokasi memiliki fungsi yang strategis karena dapat ikut serta menentukan tercapainya tujuan badan usaha. Salah satu kunci sukses adalah lokasi. Lokasi di mulai dengan menentukan komunitas, keputusan ini sangat bergantung pada potensi pertumbuhan ekonomi dan stabilitas, iklim politik, persaingan dan sebagainya. Dalam hal itu terdapat tiga jenis interaksi yang dapat mempengaruhi keberadaan lokasi yaitu :

- a. Konsumen mendatangi pemberi jasa

Apabila keadaannya konsumen mendatangi pemberi jasa seperti ini maka lokasi menjadi sangat penting. Perusahaan sebaiknya memilih tempat dekat dengan konsumen sehingga mudah dijangkau atau harus strategis.

- b. Pemberi jasa mendatangi konsumen

Dalam hal ini lokasi tidak terlalu penting tetapi yang harus diperhatikan adalah penyampaian jasa harus berkualitas.

- c. Pemberi jasa dan konsumen tidak bertemu langsung

Berarti penyedia jasa dan konsumen berinteraksi melalui sarana tertentu seperti telepon, komputer, ataupun surat. Dalam hal ini lokasi menjadi sangat tidak penting selama komunikasi antar kedua belah pihak dapat terlaksana.²⁴

²³ Kasmir, *Pemasaran Bank*, 4 ed. (Jakarta: Kencana, 2010), hal. 145.

²⁴ Ratih Hurriyati, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen* (Bandung: Alfabeta, 2015), hal. 55.

2.1.3 Indikator Lokasi

Dalam mendirikan perusahaan, pemilihan lokasi sangat dipertimbangkan. Karena pemilihan lokasi merupakan faktor bersaing yang penting dalam usaha menarik konsumen atau pelanggan. Pertimbangan-pertimbangan dalam lokasi meliputi faktor-faktor sebagai berikut:²⁵

a. Akses

Misalnya lokasi yang dilalui mudah dijangkau sarana transportasi umum.

b. Visibilitas

Misalnya lokasi dapat dilihat dengan jelas dari tepi jalan.

c. Lalu lintas (traffic)

Yang mana ada dua hal yang perlu dipertimbangkan, yaitu: banyaknya orang yang lalu lalang bisa memberi peluang terjadinya *impulse buying*, kepadatan dan kemacetan lalu lintas dapat menjadi hambatan.

d. Tempat parkir yang luas dan aman

Tujuan strategi lokasi adalah untuk memaksimalkan keuntungan lokasi bagi perusahaan. Pengusaha akan selalu berusaha mencari lokasi yang strategis, yang mudah dilihat dan dijangkau oleh konsumen. Lokasi bisnis yang paling tepat untuk tujuan bisnis yang jasa adalah di tempat dengan potensi pasar besar.

2.2 Pengetahuan

2.2.1. Pengertian Pengetahuan

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) pengetahuan adalah segala sesuatu yang telah diketahui dan dimengerti, ataupun segala sesuatu yang diketahui menyangkut dengan hal-hal (materi yang diperoleh) di sekolah maupun di lingkungan luar.²⁶ Pengetahuan juga dapat diperoleh dari rasa ingin tahu pada diri seseorang, semakin kuat rasa ingin tahu seseorang

²⁵ Hurriyati, hal. 57.

²⁶ kbbi.kemdikbud.go.id, "Hasil Pencarian - KBBI Daring," kbbi.kemdikbud.go.id <<https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/Pengetahuan>> [diakses 20 Maret 2022].

tersebut juga akan semakin banyak pengetahuan yang di perolehnya. Pengetahuan juga produk dari tahu, yakni hal yang di mengerti ketika sudah melihat, menyaksikan dan mengalami.²⁷

Pengetahuan konsumen adalah semua informasi yang dimiliki konsumen mengenai berbagai macam produk serta jasa, pengetahuan lainnya yang terkait dengan produk dan jasa tersebut, dan informasi yang berhubungan dengan fungsinya sebagai konsumen.²⁸

2.2.2. Indikator Pengetahuan

Ketika konsumen memiliki pengetahuan yang lebih banyak, maka konsumen akan lebih baik dalam menentukan dan mengambil keputusan, ia akan lebih efisien serta tepat dalam mengolah suatu informasi sehingga mampu memperjelas kembali secara lebih baik.

Menurut Sumarwan membagi pengetahuan konsumen ke dalam tiga macam yaitu sebagai berikut:²⁹

a) Pengetahuan Produk

Pengetahuan produk adalah sekumpulan berbagai informasi mengenai produk. Pengetahuan ini meliputi kategori produk, merek, terminologi produk, atribut atau fitur produk, harga produk, dan kepercayaan mengenai produk.

b) Pengetahuan Pembelian

Berbagai informasi yang diproses melalui konsumen untuk memperoleh suatu produk. Pengetahuan pembelian terdiri atas pengetahuan tentang dimana membeli produk serta kapan membeli produk. Ketika konsumen memutuskan akan membeli suatu produk, maka ia akan menentukan dimana ia membeli produk tersebut dan kapan akan membelinya. Keputusan konsumen mengenai tempat pembelian produk akan sangat ditentukan oleh pengetahuannya.

²⁷ Jalaluddin, *Filsafat Ilmu Pengetahuan*, 1 ed. (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2013), hal. 83.

²⁸ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen*, ed. oleh Risman Sikumbang, 2 ed. (Bogor: Ghalia Indonesia, 2015), hal. 147.

²⁹ Sumarwan, hal. 148.

Implikasi penting untuk strategi pemasaran adalah memberikan informasi kepada konsumen dimana konsumen bisa membeli produk tersebut.

c) Pengetahuan Pemakaian

Suatu produk akan memberikan manfaat kepada konsumen jika produk tersebut telah digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen. Agar produk tersebut bisa memberikan manfaat yang maksimal dan kepuasan yang tinggi kepada konsumen, maka konsumen harus bisa menggunakan atau mengkonsumsi produk tersebut dengan benar. Kesalahan yang dilakukan konsumen dalam menggunakan suatu produk akan menyebabkan produk tidak bisa berfungsi dengan baik.

Ini akan menyebabkan konsumen kecewa, padahal kesalahan terletak pada diri konsumen. Produsen tidak menginginkan konsumen menghadapi hal tersebut, karena itu produsen sangat berkepentingan dalam menginformasikan konsumen bagaimana cara menggunakan produknya dengan benar. Dalam hal pengetahuan produk di ajarkan untuk mendukung pengenalan mengenai bank syariah, dasar-dasar perbankan dan produk syariah. Telah diuraikan sebagai berikut :

- a. Menghayati serta mengamalkan ajaran agama yang dianutnya
- b. Menghayati dan mengamalkan perilaku disiplin, jujur, tanggung jawab, peduli (gotong royong, toleran, kerjasama, damai), santun, *responsive*, proaktif dan menunjukkan sikap sebagai bagian dari solusi atas berbagai permasalahan dalam berinteraksi secara efektif dengan lingkungan sosial dan alam serta dalam menempatkan diri sebagai cerminan bangsa dalam pergaulan dunia.
- c. Memahami, menerapkan dan menganalisis pengetahuan faktual, konseptual dan procedural berdasarkan rasa ingin tahunya tentang ilmu pengetahuan, teknologi, seni, budaya dan humaniora dalam wawasan kemanusiaan, kebangsaan, kenegaraan, dan peradaban terkait penyebab fenomena dan kejadian dalam bidang kerja yang spesifik untuk memecahkan masalah.

- d. Mengolah, menalar dan menyaji dalam ranah konkret dan ranah abstrak terkait dengan pengembangan dari yang dipelajarinya di sekolah secara mandiri, dan mampu melaksanakan tugas spesifik di bawah pengawasan langsung.

2.3. Religiusitas

2.3.1. Pengertian Religiusitas

Religiusitas berasal dari bahasa latin *religio* yang berarti mengikat dan kata dalam bahasa Arab yaitu *addin*. Dari segi bahasa yaitu agama. Menurut Glock dan Stark, religiusitas yaitu tingkat konsepsi individu terhadap agama serta tingkat komitmen individu terhadap agamanya. Tingkat konseptualisasi yaitu pengetahuan individu terhadap agamanya, sedangkan yang dimaksudkan dengan tingkat komitmen adalah pemahaman sesuatu secara menyeluruh, sehingga terdapat berbagai proses bagi individu untuk menjadi religius.³⁰

Dapat dikatakan religiusitas apabila mempunyai pengetahuan agama, keyakinan agama, pengalaman agama serta sikap dan perilaku sosial keagamaan. Maka religi atau agama mempunyai aturan-aturan atau kewajiban-kewajiban yang harus dipatuhi dan ditaati oleh semua. Sehingga berfungsi untuk mengikat individu atau sekelompok individu dalam berinteraksi dengan Tuhan, antar manusia bahkan alam sekitarnya.³¹ Religiusitas mengarah pada kualitas penghayatan dan sikap hidup seseorang dengan keyakinan berdasarkan nilai-nilai agama. Dari segi Islam religiusitas bukan hanya terjadi saat individu mempraktekkan ibadah ritual saja, melainkan juga saat mempraktekkan kegiatan lainnya sehari-hari. Contoh penerapan sikap keyakinan berdasarkan nilai-nilai agama. Hardius Usman mengungkapkan ada tiga kelompok nasabah bank berdasarkan norma religius. Pertama nasabah bank yang meyakini bunga bank dilarang sehingga diyakinkan menggunakan bank konvensional juga dilarang, kedua nasabah bank yang percaya bunga bank dilarang tetapi mentolerir

³⁰ Riza Aulia Azhary Siti Raihana, "Peran Religiusitas dalam Penerimaan Orangtua Anak Berkebutuhan Khusus," *2nd Psycology & Humanity*, 2020, 772–75 (hal. 773) <<http://dx.doi.org/10.29313/.v6i2.24423>>.

³¹ Broto Judono, "Pengaruh Pemahaman Rasional Pembiayaan Syariah dan Religiusitas Petani Terhadap Sikap Petani dalam Memilih Bank Syariah," 45–50 (hal. 47).

penggunaan konvensional bank dengan alasan tertentu, ketiga nasabah bank yang meyakini bunga bank adalah tidak selalu dilarang dan bebas menggunakan bank apapun.³²

Religiusitas menurut Islam yaitu melaksanakan ajaran agama secara menyeluruh baik bertingkah laku melakukan kehidupan sehari-hari. Dalam firman Allah SWT Al-Quran Surat Al-Baqarah ayat 208:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا ادْخُلُوا فِي السِّلْمِ كَافَّةً وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ ۚ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, masuklah kamu ke dalam Islam keseluruhan dan janganlah kamu turut langkah-langkah setan. Sesungguhnya setan itu musuh yang nyata bagimu.” (208)

Ayat diatas menjelaskan bahwa setiap manusia tidak hanya menjalankan ibadah berwujud dalam ritual saja, namun dalam semua aktivitas di kehidupan sehari-hari. Agar semua yang dijalankan memperoleh keridhoan dari Allah SWT.

2.3.2. Aspek Religiusitas

a. Keyakinan

Dimensi dari keberagaman yang berkaitan dengan apa yang harus dipercayai, misalnya kepercayaan adanya Tuhan, malaikat, surga. Kepercayaan atau doktrin agama adalah dimensi yang paling mendasar.

b. Pengetahuan

Berkaitan dengan pemahaman dan pengetahuan seseorang terhadap ajaran-ajaran agama yang dianutnya.

c. Pengamalan

Berkaitan dengan akibat dari ajaran-ajaran agama yang dianutnya yang diaplikasikan melalui sikap dan perilaku dalam kehidupan sehari-hari.³³

³² Usman, hal. 41.

³³ Dister, 1988, *Psikologi Islami*, Yogyakarta: Kanisius

2.3.3. Indikator Religiusitas

Menurut Glock dan Stark indikator religiusitas sebagai berikut:³⁴

- a. Keyakinan yaitu tingkatan seseorang sejauh mana menyakini hal-hal yang bersifat dogmatik (persoalan yang tidak boleh dipersoalkan/ harus diterima sebagai kebenaran) terhadap agamanya, misalnya mengenai keberadaan Tuhan, malaikat, surga dan neraka.
- b. Peribadahan yaitu komitmen seseorang dalam menjalankan kewajiban ritual agamanya, seperti pelaksanaan solat, zakat, puasa, haji, praktek muamalah dan lainnya.
- c. Penghayatan yaitu menggambarkan perasaan keagamaan yang dialami dan dirasakan seperti khusuk saat solat, berdoa dan perasaan bersalah takut berbuat dosa.
- d. Pengetahuan agama yaitu sejauh mana individu mendalami dan menerima ajaran agamanya, serta sejauh mana untuk menambah pengetahuan terhadap agamanya, misal pengetahuan tentang isi Al Qur'an, pengetahuan mengenai fiqh bermuamalah dan lainnya.
- e. Pengalaman yaitu sejauh mana mengimplikasikan agama untuk mempengaruhi tingkah laku individu dalam kehidupan sosial, seperti mematuhi norma-norma Islam, mendermakan harta, memilih produk yang halal dan lainnya.

2.3.4. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Religiusitas

Menurut Thoules, 1995 terdapat empat macam faktor-faktor sikap yang mempengaruhi, yaitu:

- a. Pengaruh pendidikan atau pengajaran dan berbagai tekanan sosial. Faktor ini mencakup seluruh pengaruh sosial untuk perkembangan keagamaan, terutama pendidikan dari orang tua, kondisi sosial, tekanan dari lingkungan social untuk penyesuaian diri dengan macam pendapat dan sikap yang disepakatkan oleh lingkungan itu.

³⁴ Glock & Stark, "American Piety: The Nature of Religious Commitment," 1967, hal. 14–16
<<http://library.lol/main/9E79E3BBF1BCE28B411C101589F72BC7>>.

b. Faktor pengalaman

Berkenaan dengan berbagai macam pengalaman yang membentuk perilaku keagamaan. Terutama pengalaman berkenaan keindahan, konflik moral dan pengalaman emosional keagamaan. Faktor ini pada umumnya berupa pengalaman spiritual yang secara cepat bisa berpengaruh kepada tindakan manusia.

c. Faktor Intelektual

Tingkat religiusitas setiap Individu berbeda-beda karena proses pemikiran/intelektual serta memiliki potensi yang berbagai macam, sehingga faktor yang berpengaruh ada dua macam diantaranya :

- Faktor internal berpengaruh religiusitas adalah terdapat pengalaman emosional keagamaan, kebutuhan manusia yang mendesak agar terpenuhi, meliputi kebutuhan akan rasa aman, harga diri, cinta kasih dan lainnya.
- Faktor eksternal meliputi pendidikan formal, pendidikan agama dalam keluarga, tradisi-tradisi sosial yang berlandaskan ajaran-ajaran keagamaan, dan tekanan-tekanan lingkungan sosial dalam kehidupan setiap individu.

Dari pemaparan diatas dapat disimpulkan bahwa religiusitas secara garis besar adalah keyakinan seseorang terhadap sejauh mana mengamalkan nilai-nilai ajaran agama sesuai dengan aspek keagamaan yang telah diyakini dan mendalaminya didalam hatinya.

2.4. Minat

2.4.1. Pengertian Minat

Minat yaitu suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktifitas, tanpa ada yang menyuruh. Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu diluar diri. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut, semakin besar minat. Minat adalah suatu perangkat mental yang terdiri dari suatu campuran dari perasaan, harapan, pendirian, prasangka, rasa takut atau kecenderungan-kecenderungan lain yang mengarahkan individu kepada suatu pilihan tertentu minat itu sendiri.³⁵

Menurut Hansen minat tidak timbul secara tiba-tiba dan spontan, melainkan timbul akibat dan partisipasi, pengalaman, kebiasaan pada waktu belajar atau bekerja. Jadi, jelas bahwa minat akan selalu terkait dengan persoalan kebutuhan dan keinginan.³⁶

Suyanto juga mendefinisikan minat sebagai suatu pemusatan perhatian yang tidak disengaja yang terlahir dengan penuh kemauan dan tergantung dari bakat serta lingkungan. Pemusatan perhatian menurut pendapat tersebut merupakan tanda seseorang yang mempunyai minat terhadap sesuatu yang muncul dengan tidak sengaja yang menyertai sesuatu aktivitas tertentu.³⁷

Minat berhubungan dengan sesuatu yang menguntungkan dan dapat menimbulkan kepuasan bagi dirinya. Semakin sering minat diekspresikan dalam kegiatan dan semakin kuat minat tersebut. Sebaliknya minat akan menjadi pupus apabila tidak ada kesempatan untuk mengespresikannya.³⁸

Banyak sekali perilaku dalam kehidupan sehari-hari dapat dianggap berada di bawah kendali kehendak, dalam arti bahwa orang dapat dengan mudah melakukan perilaku ini jika mereka cenderung melakukannya. Sebagai ilustrasi,

³⁵ Andi Mappiare, *Psikologi Remaja* (Surabaya: Usaha Nasional, 1982), hal. 22.

³⁶ Ahmad Susanto, *Teori Belajar dan Pembelajaran di Sekolah Dasar* (Jakarta: Kencana Prenadamedia, 2013), hal. 57.

³⁷ Agus Sujanto, *Psikologi Umum* (Jakarta: Aksara Baru, 2006), hal. 101.

³⁸ Yudrik Jahja, *Psikologi Perkembangan* (Jakarta: Kencana, 2011), hal. 63.

dalam keadaan normal kebanyakan orang dapat melakukan jika mereka sangat menginginkan.³⁹

Ayat tentang minat surat Al-Isra 84

قُلْ كُلُّ يَعْمَلْ عَلَى شَاكِلَتِهِ ۖ فَرَبُّكُمْ أَعْلَمُ بِمَنْ هُوَ أَهْدَى سَبِيلًا

Artinya “Katakanlah (Muhammad), “Setiap orang berbuat sesuai dengan pembawaannya masing-masing.” Maka Tuhanmu lebih mengetahui siapa yang lebih benar jalannya.”

Maksud dari ayat diatas adalah setiap orang berbuat sesuai dengan keadaannya masing-masing, yakni sesuai pembawaannya, caranya, dan kecenderungannya dalam mencari petunjuk dan menempuh jalan menuju kebenaran. Maka Tuhanmu lebih mengetahui siapa yang lebih benar jalannya dan siapa yang lebih sesat jalannya. Kepada setiap orang dari kedua golongan itu. Tuhan memberikan balasan sesuai dengan perbuatannya.

Minat seseorang dapat disebabkan oleh banyak faktor namun faktor utama yang menyebabkan minat seseorang itu adalah karena memiliki kebutuhan. Ada 5 faktor kebutuhan manusia yang paling mendasar. Pertama disebutkan bahwa kebutuhan manusia paling mendasar adalah kebutuhan fisiologis, kebutuhan yang kedua ialah kebutuhan akan memiliki keadaan yang aman, kebutuhan ketiga ialah kebutuhan akan rasa cinta kasih sayang dan rasa memiliki, keempat yaitu kebutuhan rasa memiliki harga diri yang harus dijaga, kelima ialah kebutuhan untuk mengaktualisasikan diri terhadap kehidupan.

³⁹ Ajzen, Icek, “From intentions to actions: A theory of planned behavior,” *Action control*, 1985, 11–39 (hal. 12).

2.4.2. Indikator Minat

Menurut Crow terdapat banyak hal yang dapat mempengaruhi timbulnya minat, baik yang berasal dari individu atau diri sendiri, ataupun dari lingkungan masyarakat, Crow&Crow mengemukakan ada tiga faktor utama yang membentuk minat yaitu:

1. Faktor dari dalam diri individu

Misalnya dorongan untuk makan akan membangkitkan minat untuk bekerja atau mencapai penghasilan, minat terhadap produksi makanan, dan lain-lain. Dorongan ingin tahu atau rasa ingin tahu akan membangkitkan minat untuk membaca, belajar, menuntut ilmu, melakukan penelitian dan lain-lain.

2. Faktor motif sosial

Misalnya minat terhadap menabung di bank timbul karena ingin mendapat persetujuan atau penerimaan dan perhatian dari orang lain. Minat untuk belajar timbul karena ingin mendapat penghargaan dari masyarakat.

3. Faktor emosional atau perasaan

Minat mempunyai hubungan yang erat dengan emosi. Bila seseorang mendapat kesuksesan pada aktivitas yang dilakukannya, maka akan timbul rasa senang dan hal tersebut akan memperkuat rasa minat terhadap aktivitas tersebut.⁴⁰

⁴⁰ Alice Crow Lester D. Crow, *Psikologi Pendidikan* (Surabaya: Bina Ilmu, 1980), hal. 159.

2.5. Perbankan Syariah

2.5.1. Pengertian Perbankan Syariah

Bank merupakan salah satu lembaga keuangan yang mempunyai peranan penting di dalam perekonomian suatu Negara sebagai badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.⁴¹

Perbankan syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang unit usaha syariah dan bank syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses melaksanakan kegiatan usahannya. Bank syariah memiliki fungsi menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk titipan dan investasi dari pihak pemilik dana. Fungsi lainnya adalah menyalurkan dana kepada pihak lain yang membutuhkan dana dalam bentuk jual beli maupun kerja sama usaha.

Bank yaitu badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk pembiayaan atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat.⁴²

Perbankan syariah menurut Undang-Undang RI No.21 Tahun 2008 yaitu segala sesuatu yang mencakup mengenai bank syariah dan unit usaha syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melakukan aktivitas usahanya. Perbankan syariah didalam Al-Quran telah memerintahkan bahwa kegiatan usaha yang dijalankannya menggunakan prinsip syariah yang tidak terdapat unsur: riba, gharar, maisir, haram dan dzalim.

Dimana maksud dari prinsip syariah yaitu aturan perjanjian sesuai hukum islam antara bank dan pihak lain untuk penyimpanan dana dan pembiayaan kegiatan usaha, atau kegiatan usaha lainnya dijalankan dengan berbasis syariah, antar lain pembiayaan sesuai prinsip bagi hasil (mudharabah), pembiayaan sesuai prinsip pernyataan modal (musyarakah), akad jual beli barang dengan mendapatkan profit (murabahah) atau pembiayaan barang modal sesuai akad

⁴¹ Kasmir, *Dasar-Dasar Perbankan* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004), hal. 3.

⁴² Ismail, *Perbankan Syariah* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2016), hal. 30.

sewa murni tanpa pilihan (ijarah), atau dengan adanya opsi pemindahan kepemilikan atas barang yang disewa dari pihak bank ke pihak lain (ijarah wa itisna).⁴³

Dasar-dasar syariah yang salah satunya menjadi landasan dalam menetapkan imbalan jasa berprinsip syariah adalah Al Quran Surat Al Baqarah 275:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ
ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ
مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ
النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

Artinya “Orang-orang yang memakan riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan karena gila. Yang demikian itu karena mereka berkata bahwa jual beli sama dengan riba. Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Barangsiapa mendapat peringatan dari Tuhannya, lalu dia berhenti, maka apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Barangsiapa mengulangi, maka mereka itu penghuni neraka, mereka kekal di dalamnya.”

Dari ayat diatas dapat diketahui bahwa Allah secara tegas melarang adanya riba karena di dalamnya terdapat unsur kezaliman dan tindakan memakan harta orang lain secara batil. Apabila seseorang bertaubat dan menerima nasehat larangan riba dari Rabbnya maka orang tersebut boleh memiliki harta riba yang telah diambil dimasa lalunya tanpa adanya dosa. Namun apabila seseorang tersebut kembali setelah mengetahui akan larangan riba, maka orang tersebut

⁴³ Fajar Mujaddid dan Pandu Tezar Adi Nugroho, “Pengaruh pengetahuan, reputasi, lingkungan dan religiusitas terhadap minat pelajar Sekolah Menengah Kejuruan prodi perbankan Syariah dalam menabung di bank Syariah,” *Jurnal Ekonomi Islam*, 10.1 (2019), 14–37 (hal. 20).

pantas masuk neraka dan kekal didalamnya. Sesungguhnya Allah bersama orang-orang yang sabar danbb taat kepada-Nya.⁴⁴

2.5.2. Perbedaan Bank Syariah dengan Bank Konvensional

Tabel 2.1

Tabel Perbedaan Bank Syariah dan Bank Konvensional

Bank Syariah	Bank Konvensional
1. Melakukan jenis kerjasama investasi yang halal	1. Segala jenis investasi yang halal maupun haram.
2. Menggunakan prinsip bagi hasil, jual beli, dan sewa.	2. Menggunakan prinsip bunga.
3. Profit berasal dari falah oriented.	3. Profit oriented.
4. Hubungan dengan nasabah berupa kemitraan.	4. Hubungan dengan nasabah hanya sebatas hubungan debitur-kreditur.
5. Penghimpunan dan penyaluran dana harus berdasarkan fatwa DPS	5. Tidak terdapat pedoman dewan sejenis

2.5.3. Produk dan Jasa Perbankan Syariah

Secara umum, produk yang dikeluarkan oleh perbankan syariah terbagi menjadi tiga macam, diantaranya :

1. Produk Penghimpunan Dana

Produk-produk pengimpunan dana bank syariah digunakan untuk mobilisasi dan investasi tabungan dengan proses yang adil guna pembangunan perekonomian sehingga bagi semua pihak dapat dijamin atas keuntungan yang adil. Tujuan mobilisasi dana sangat terpenting karena Islam secara tegas agar menyimpan tabungan dan mengharuskan pemanfaatan sumber dana secara produktif dalam rangka memperoleh

⁴⁴ M.Hasdin, "Riba Dalam Perspektif Al-Quran", no. 30 (2016). Hlm. 28

tujuan sosial-ekonomi Islam. Sehingga, bank syariah melaksanakannya bukan dengan berbasis bunga (riba), melainkan berlandaskan syariat. Dalam penghimpunan dana masyarakat menerapkan prinsip operasional syariah dengan prinsip *Wadi'ah*, *Mudharabah*, *ijarah dan qard*.⁴⁵

1) Pendanaan dengan Prinsip Wadi'ah

a. Giro Wadiah

Giro wadi'ah yaitu produk pendanaan bank syariah berbentuk rekening giro (*current account*) berasal dari simpanan nasabah sehingga aman dan mudah untuk dipakai. Karakteristik giro wadiah mempunyai kemiripan dengan giro di bank konvensional. Nasabah penyimpan diberikan garansi supaya bisa menarik dananya sewaktu-waktu dengan memanfaatkan berbagai fasilitas yang telah tersedia oleh bank, misal cek, bilyet giro, kartu ATM, atau memanfaatkan sarana pembayaran lainnya atau proses pemindah bukuan tanpa biaya. Bank boleh memanfaatkan dana yang dititipkan nasabah dalam mendapatkan keuntungan dengan kegiatan jangka pendek, maka nasabah akan menerima bonus.

b. Tabungan Wadiah

Tabungan wadiah adalah produk pendanaan dari nasabah bank syariah berupa simpanan dalam bentuk rekening tabungan (*saving account*) untuk keamanan dan kemudahan penggunaannya, contohnya giro wadi'ah, namun tidak semudah giro wadi'ah, karena dananya nasabah tidak bisa ditarik dengan cek. Karakteristik tabungan wadi'ah dengan tabungan di bank konvensional mempunyai kemiripan ketika nasabah penyimpan diberi garansi agar bisa menarik dananya sewaktu-waktu dan memanfaatkan macam fasilitas yang tersedia pada bank, misal kartu ATM, dan

⁴⁵ Ascarya, *Akad & Produk Bank Syariah* (Depok: Rajawali Pers, 2008), hal. 112–19.

sebagainya tanpa biaya. Seperti halnya dengan giro wadiah bisa digunakan dan nasabah akan menerima bonus yang diberikan.

2) Pendanaan dengan Prinsip Mudharabah

a. Tabungan Mudharabah

Bank syariah menerima titipan dari nasabah berupa rekening tabungan (*savings account*) untuk kemudahan dan keamanan pemakaian, seperti rekening giro, namun tidak semudah rekening giro, karena dana nasabah tidak bisa ditarik dengan cek. Dana yang disimpan nasabah bisa dimanfaatkan bank syariah untuk memberikan pinjaman pembiayaan kepada nasabah yang membutuhkan dana. Dari hasil tersebut maka nasabah penabung menerima nisbah yang disepakati.

b. Deposito/ Investasi umum (tidak terikat)

Bank syariah menerima titipan deposito berjangka (pada umumnya untuk 1 bulan ke atas) berupa rekening investasi umum (*general investment account*) dengan akad mudharabah muthlaqah. Investasi umum ini dinamakan investasi tidak terikat. Persyaratan apapun tidak diberikan nasabah kepada bank, bank memiliki kebebasan untuk menyalurkan dana ke bisnis apapun, menentukan penggunaan akad tertentu ataupun mensyaratkan dananya digunakan bagi nasabah tertentu.

c. Deposito / Investasi khusus (terikat)

Bank syariah menawarkan rekening investasi khusus (*special investment account*), selain rekening investasi umum, kepada nasabah yang akan menginvestasikan dananya mangsung dalam bisnis yang diinginkannya dan bank syariah melaksanakan akad mudharabah al muqayyadah. Investasi khusus ini dikenal investasi terikat.

Nasabah menentukan persyaratan tertentu yang semestinya dilaksanakan oleh bank, misalnya pemanfaatan dana untuk bisnis tertentu, dengan menggunakan akad-akad tertentu serta digunakan oleh nasabah tertentu. Rekening investasi khusus ini, biasanya ditujukan kepada para nasabah/investor besar dan institusi.

d. Sukuk al- Mudharabah

Akad mudharabah dapat juga digunakan oleh bank syariah dalam menghimpun dana dengan mengeluarkan sukuk seperti obligasi syariah. Dengan obligasi syariah, bank memperoleh alternatif sumber dana berjangka (lebih atau lima tahun) maka bisa dimanfaatkan untuk pembiayaan lain berjangka panjang.

2. Produk Pembiayaan

Produk pembiayaan syariah adalah suatu pendanaan yang diberikan antara pemilik dana dan yang membutuhkan dana ditujukan untuk mendukung investasi yang sudah direncanakan. Fungsi perbankan sebagai penyaluran dana yang telah dihimpunya dari masyarakat dalam bentuk pembiayaan. Pembiayaan ini bisa digunakan untuk pembiayaan konsumtif meliputi pembiayaan untuk pembelian rumah, kendaraan maupun pendidikan. Sedangkan Pembiayaan produktif digunakan untuk pembiayaan sektor produktif seperti modal kerja, pembelian barang modal dan lainnya. Produk pembiayaan kepada nasabah antara lain:⁴⁶

1) Pembiayaan Dengan Pola Jual Beli

a. Murabahah

Akad jual beli barang dengan memberi tahukan harga perolehan dan keuntungan yang disepakati penjual dan pembeli bank sebagai penjual dan nasabah sebagai pembeli. Yang mana si penjual memberi tahukan harga pembelian

⁴⁶ M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2010), hal. 146–90.

produk dan mengatakan tingkat keuntungan yang ditambahkan pada biaya tersebut. Dalam pembiayaan murabahah barang diserahkan setelah berlangsungnya akad dan pembayaran dilakukan secara spot (tunai) atau boleh dilakukan kemudian hari berdasarkan kesepakatan.

b. Bai' As Salam

Pembelian barang yang diserahkan pada kemudian hari, sedangkan pembayaran dilakukan di awal transaksi dilakukan. Pada saat transaksi barang yang diperjual belikan belum tersedia dan terlebih dahulu harus diproduksi, misal produk pertanian dan produk fungible (barang yang bisa kirakan dan diganti berdasarkan berat, ukuran dan jumlahnya). Barang non fungi tidak bisa dijadikan objek salam. Misalnya batu mulia, lukisan berharga, dan lainnya yang dikategorikan barang langka.

c. Istishna

Kontrak penjualan antara pembeli dengan pembuat barang jual beli dengan sistem pemesanan yang hampir mirip dengan bai as-salam, biasanya digunakan dalam bidang manufaktur. Dalam hal ini pembuat barang menerima pesanan dari pembeli. Pembuat barang berusaha membuat atau membeli barang sesuai spesifikasi yang diinginkan serta menjual kepada pembeli akhir. Perbedaan istisna dengan salam yaitu proses pembayarannya dapat dilakukan dimuka, dicicil secara berangsur sampai selesai atau pembayarannya dapat dilakukan di belakang sesuai dengan kesepakatan.

2) Pembiayaan Dengan Pola Sewa

Pembiayaan sewa (ijarah) adalah akad pemindahan hak guna atas barang atau jasa melalui pembayaran upah atau sewa, tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan atas barang tersebut. Pembiayaan ini dapat juga disertai dengan opsi

kepemilikan atas barang pada akhir masa kontrak dikenal dengan akad Ijarah Muntahia bit tamlik (IMBT).

3) Pembiayaan dengan Pola Bagi Hasil

a. Musyarakah

Perikatan akad kerjasama dan prinsip bagi hasil antara dua pihak atau lebih pemilik dana/modal untuk bekerja sama menjadi mitra usaha yang masing-masing pihak memberikan kontribusi dana/modal dimana keuntungan dan kerugian akan ditanggung bersama sesuai dengan kesepakatan. Berdasarkan perjanjian antara keduanya dapat membagi pekerjaan dalam mengelola usaha.

b. Mudharabah

Kerjasama antara dua atau lebih pihak, dimana pengelola modal (shohibbul mal) menyerahkan modal untuk pengelola (mudharib) dengan perjanjian presentase keuntungan. Bentuk kontrak ini, menekankan kerjasama dengan kontribusi modal dari shohibul maal dan keahlian dari mudharib. Sehingga kerugian ditanggung bersama. Apabila pengelola tidak melakukan kelalaian maka pemilik modal yang bertanggung jawab. Namun, jika pengelola disengaja melakukan kecurangan atau kelalaian maka kerugian ditanggung oleh pengelola.

c. Muzaraah

Kerjasama pengelola petanian antara pemilik lahan dengan penggarap dengan presentase imbalan dari hasil panen.

d. Musaqah

Bentuk kerjasama yang mana penggarap hanya bertanggung jawab atas penyiraman dan pemeliharaan dan mendapatkan nisabah dari hasil panen.

3. Produk Jasa Perbankan

Selain berfungsi sebagai intermediasi (penghubung) antara pihak yang membutuhkan dana dan pihak yang kelebihan dana, bank syariah bisa juga menyediakan pelayanan jasa perbankan lainnya dengan memperoleh keuntungan atau sewa. Jasa perbankan dimaksud yaitu:

- *sharf* (jual beli valuta asing) jual beli mata uang dengan mata uang lain yang bukan sejenis dilakukan dalam satu waktu dan bank menerima profit dari harga jual beli mata uang tersebut.
- *Wadiah* (titipan) akad dasar *wadiah* yaitu *wadiah yad amanah*, penerima simpanan hanya bisa menyimpan titipan, tanpa berhak untuk memanfaatkannya apabila asset yang dititipkan mengalami kerusakan selama bukan dari kelalaian maka atas kerusakan atau kehilangan yang terjadi, penerima titipan tidak berhak bertanggungjawab.

2.6. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu ini adalah salah satu acuan atau referensi penulis dalam melakukan penelitian sehingga penulis mendapatkan beberapa teori dari penelitian sebelumnya. Berikut merupakan penelitian terdahulu berupa beberapa jurnal terkait dengan penelitian yang dilakukan penulis.

Tabel 2.2

Penelitian Terdahulu

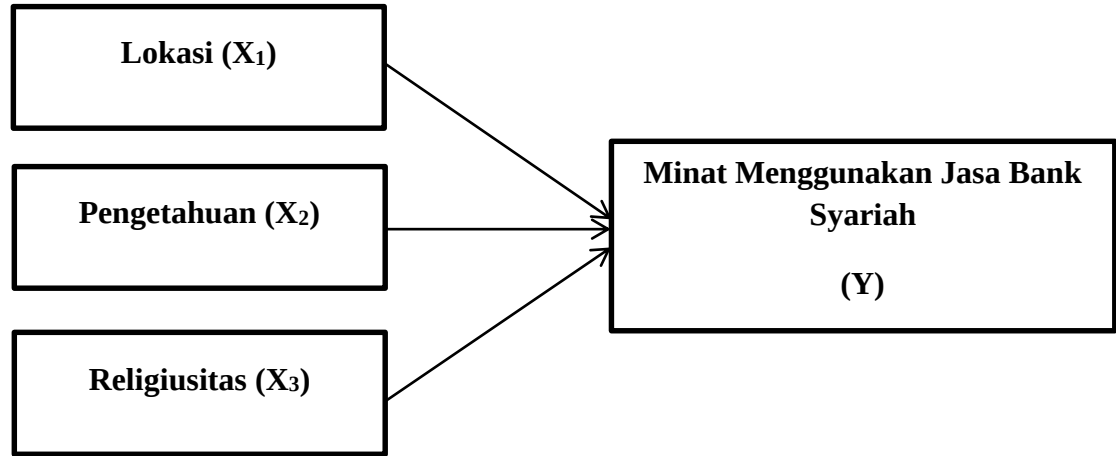
No	Nama Peneliti, Judul Penelitian, Tahun	Hasil Penelitian	Relevansi
1.	Hardius Usman, "The role of religious norms on selecting the Islamic Bank." (2015)	Norma religius muslim dapat dibagi menjadi dua kelompok, yaitu kelompok tradisional dan	Variabel yang digunakan adalah norma religius, sedangkan penelitian ini variabelnya adalah

		kontemporer, dan norma religius mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan muslim untuk menggunakan bank syariah.	lokasi, pengetahuan, dan religiusitas.
2.	Rahma Bellani Oktaviandria Iranati “Pengaruh Religiusitas, Kepercayaan, Pengetahuan, Dan Lokasi Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah.” (2017)	Variabel religiusitas, kepercayaan, pengetahuan, lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung di bank syariah.	Variabel nya adalah religiusitas, kepercayaan, pengetahuan, dan lokasi, sedangkan pada penelitian ini variabelnya adalah lokasi, pengetahuan, dan religiusitas.
3.	Rahmawati Deylla Handida, Maimun Sholeh, “Pengaruh Tingkat Pengetahuan, Kualitas Layanan, Dan Tingkat Literasi Keuangan Syariah Terhadap Pengambilan Keputusan Masyarakat Muslim Menggunakan Produk Perbankan Syariah Di Daerah Istimewa Yogyakarta.” (2018)	Pengaruh pengetahuan, kualitas layanan, tingkat literasi syariah mempunyai pengaruh positif terhadap minat menggunakan produk perbankan syariah.	Variabel yang digunakan adalah Pengetahuan, Kualitas Layanan, Tingkat Literasi Keuangan Syariah dan keputusan sebagai variabel Y, sedangkan pada penelitian ini variabel X adalah lokasi, pengetahuan, religiusitas, dan minat sebagai variabel Y
4.	Muhammad Zuhirsyan, Nurlinda, “Pengaruh	Secara stimulant religiusitas dan persepsi	Variabel X adalah religiusitas dan persepsi, variabel Y adalah

	Religiusitas dan Persepsi nasabah Terhadap Keputusan Memilih Bank Syariah” (2018)	nasabah berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan memilih bank syariah.	keputusan, sedangkan penelitian ini variabel X adalah lokasi, pengetahuan, dan religiusitas. Dan variabel Y adalah minat.
5.	Cindhya Audina Putribasutami, “Pengaruh Pelayanan, Lokasi, Pengetahuan, Dan Sosial Terhadap Keputusan Menabung Di Ponorogo”. (2018)	Pengaruh Pelayanan, Lokasi, Pengetahuan, Sosial berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan menabung di Ponorogo.	Variabel X adalah pelayanan, lokasi, pengetahuan, dan sosial. Variabel Y adalah keputusan. sedangkan penelitian ini variabel X adalah lokasi, pengetahuan, dan religiusitas. Variabel Y adalah minat
6.	Luthfan Hazmi, “Pengaruh Lokasi dan Pengetahuan Terhadap Minat Menabung Masyarakat Muslim Untuk Menggunakan Produk-Produk Bank Syariah” (2019)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel lokasi memiliki pengaruh yang signifikan dan variabel pengetahuan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di Bank Syariah.	Variabel yang digunakan adalah lokasi dan pengetahuan sedangkan penelitian saya variabelnya adalah lokasi, pengetahuan, dan religiusitas.
7.	Fifi Afiyanti Triuspitorini, “Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Mahasiswa Politeknik Negeri Bandung Untuk Menabung di Bank Syariah” (2019)	Pengaruh religiusitas sangat berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa menabung di bank syariah.	Hanya menggunakan satu variabel yaitu religiusitas sedangkan penelitian ini variabelnya adalah lokasi, pengetahuan, dan religiusitas.
8.	Rizqa Chaerun Nisa, “Pengaruh Religiusitas, Tingkat Pendidikan, Dan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh religiusitas,	Variabelnya adalah religiusitas, tingkat pendidikan dan pemahaman literasi keuangan,

	Pemahaman Literasi Keuangan Syariah Terhadap Minat Menggunakan Jasa Perbankan Syariah” (2020)	tingkat pendidikan, dan pemahaman literasi keuangan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah.	sedangkan penelitian saya variabelnya adalah lokasi, pengetahuan, dan religiusitas. Persamaannya adalah penelitian menggunakan metode kuantitatif.
9.	Ibnu Ngaziz, “Pengaruh Pengetahuan Produk Bank Syariah dan Lokasi Terhadap Keputusan Pedagang Pasar Kutowinangun Kabupaten Kebumen Dalam Memilih Produk di Bank Syariah” (2020)	Pengaruh pengetahuan produk tidak mempunyai pengaruh yang signifikan dan lokasi mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan dalam memilih produk di bank syariah.	Variabel yang digunakan adalah pengetahuan dan lokasi, sedangkan penelitian saya variabel nya adalah lokasi, pengetahuan religiusitas. Persamaannya adalah dalam menggunakan metode kuantitatif.
10.	Dina Fitriana, “Pengaruh Lokasi dan Pengetahuan Nasabah Terhadap Minat Menabung pada BRI Syariah KC Kediri” (2020)	Lokasi dan pengetahuan signifikan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung pada BRI Syariah KC Kediri.	Variabel yang digunakan adalah lokasi dan pengetahuan, sedangkan penelitian yang saya lakukan adalah menggunakan variabel lokasi, pengetahuan, dan religiusitas.
11.	Naeli Muftikhatur Rohmah, “Pengaruh Product Knowledge dan Persepsi Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Mahasiswa FEBI 2016.” (2021)	Pengaruh Product Knowledge dan Persepsi secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap keputusan minat menabung mahasiswa.	Variabel yang digunakan adalah pengetahuan produk dan persepsi, sedangkan penelitian saya adalah lokasi, pengetahuan, dan produk.

2.7. Kerangka Pemikiran



Dari hasil analisa penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti lain serta penjabaran teori mengenai masing-masing variabel, maka dapat dirumuskan suatu kerangka penelitian sebagai berikut :

Dimana:

Y : Merupakan Variabel Dependent

X₁, X₂, X₃ : Merupakan Variabel Independen

2.8. Hipotesis

Hipotesis merupakan dugaan sementara oleh peneliti terhadap rumusan masalah penelitian yang akan diteliti. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan hanya didasarkan pada teori-teori yang relevan, dan belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data.⁴⁷

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

⁴⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2001), hal. 5.

1. H_0 = Lokasi tidak berpengaruh terhadap minat masyarakat Kecamatan Pegandon untuk menggunakan jasa Perbankan Syariah.
 H_a = Lokasi berpengaruh terhadap minat masyarakat Kecamatan Pegandon untuk menggunakan jasa Perbankan Syariah.
2. H_0 = Pengetahuan tidak berpengaruh terhadap minat masyarakat Kecamatan Pegandon untuk menggunakan jasa Perbankan Syariah.
 H_a = Pengetahuan berpengaruh terhadap minat masyarakat Kecamatan Pegandon untuk menggunakan jasa Perbankan Syariah.
3. H_0 = Religiusitas tidak berpengaruh terhadap minat masyarakat Kecamatan Pegandon untuk menggunakan jasa Perbankan Syariah.
 H_a = Religiusitas berpengaruh terhadap minat masyarakat Kecamatan Pegandon untuk menggunakan jasa Perbankan Syariah.

BAB III

Metodologi Penelitian

3.1 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Penelitian kuantitatif yaitu metode dengan hasil pengolahannya menekankan pola angka (*numerical*) kemudian di olah dengan metode statistika.⁴⁸ Dan hasil penelitiannya dinyatakan dalam bentuk atau statistika angka-angka. Hasil dari metode kuantitatif berupa kesimpulan untuk menguji hipotesis. Penelitian ini untuk menganalisis pengaruh lokasi, pengetahuan, dan religiusitas terhadap minat menggunakan jasa perbankan syariah (studi kasus masyarakat Kecamatan Pegandon Kabupaten Kendal).

3.2 Jenis dan Sumber Data

3.2.1 Data Primer

Sumber data didapat dari data pertama dengan prosedur dan teknik pengambilan melalui wawancara langsung atau dengan penyebaran kuesioner kepada masyarakat di Kecamatan Pegandon Kabupaten Kendal. Observasi langsung daerah di Kecamatan Pegandon dan mencatat segala hal yang perlu dengan instrument pengukuran yang dirancang khusus peneliti sesuai dengan tujuannya. Seperti hasil dari pengisian kuisisioner atau wawancara. Kuesioner yaitu suatu rangkaian pertanyaan diberikan kepada individu yang berhubungan dengan topik dengan maksud memperoleh data.⁴⁹ Kuesioner berisi identitas responden serta berisi pernyataan yang disusun oleh peneliti untuk mendapatkan tanggapan dari responden masyarakat Kecamatan Pegandon Kabupaten Kendal mengenai lokasi, pengeatahuan, religiusitas terhadap minat menggunakan jasa perbankan syariah.

⁴⁸ Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009), hal. 5.

⁴⁹ A Muri Yusuf, *Metode Penelitian: Kuantitaif, Kualitatif dan Penelitian Gabungan* (Jakarta: Kencana, 2017), hal. 199.

3.2.2 Data Sekunder

Sebuah data didapatkan secara tidak langsung atau dari data yang sudah diolah, biasanya berupa *literature* data dokumentasi, buku-buku, jurnal dan arsip-arsip resmi.⁵⁰

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi atau himpunan semesta yang terdiri atas subyek atau obyek dengan kualitas dan karakteristik yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari lalu ditarik sebuah kesimpulan dari peneliti tersebut.⁵¹ Populasi dari penelitian ini adalah semua masyarakat di Kecamatan Pegandon Kabupaten Kendal, sejumlah 37.954.

3.3.2 Sampel

Sampel yaitu bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.⁵² Peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, maka sampel yang digunakan peneliti dapat sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representative (mewakili).⁵³ Kemudian dari sampel tersebut peneliti dapat menganalisis dan dijadikan penelitian. Maka dalam penentuan sampel dibutuhkan adanya teknik sampel.

Penulisan skripsi ini oleh penulis menggunakan teknik pengambilan purposive sampling dengan pertimbangan tertentu.⁵⁴ Pertimbangan yang diambil oleh peneliti yaitu masyarakat yang beragama Islam dan sudah mempunyai KTP. Rumus slovin digunakan oleh peneliti untuk melihat jumlah sampel yang akan diteliti, karena jumlah respondennya sudah diketahui.⁵⁵

⁵⁰ Azwar, hal. 37.

⁵¹ Ricky Yuliardi dan Zuli Nuraeni, *Statistika Penelitian Plus Tutorial SPSS* (Yogyakarta: Innosain, 2017), hal. 5.

⁵² Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif : Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2016), hal. 76.

⁵³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2016), hal. 81.

⁵⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, hal. 85.

⁵⁵ Lina Miftahul Jannah Bambang Prasetya, *Metode Penelitian Kuantitatif:Teori dan Aplikasi* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2010), hal. 137.

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

n= Jumlah Sampel

N= Jumlah Populasi

e= nilai kritis (batas ketelitian) yang diinginkan (kelonggaran ketelitian) karena kesalahan pengambilan sampel.

$$\begin{aligned} n &= \frac{N}{1 + Ne^2} \\ &= \frac{37.954}{1 + 37,954 (0,1)^2} \\ &= \frac{37.954}{380,54} \end{aligned}$$

= 99, dibulatkan menjadi 100

Berdasarkan data yang diperoleh, data masyarakat di Kecamatan Pegandon Kabupaten Kendal yang berjumlah 37.954 jiwa. Maka jumlah sampel yang diteliti adalah 99 orang. Agar mempermudah penelitian maka jumlah sampel dibulatkan sebanyak 100 orang dari masyarakat Pegandon yang berjumlah 37.954 jiwa.

3.4 Variabel Penelitian dan Defisi Operasional

3.4.1 Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono, variabel merupakan suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini terdapat variabel-variabel antara lain:⁵⁶

1) Variabel Independen

Variabel independen (bebas) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan timbulnya variabel terikat. Variabel independen dalam penelitian ini adalah Lokasi (X1), Pengetahuan (X2), dan Religiusitas (X3).

2) Variabel Dependen

Variabel dependen (terikat) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat adanya variabel bebas. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Minat Menggunakan Jasa Perbankan Syariah (Y).

3.4.2 Definisi Operasional

Definisi operasional variabel adalah suatu definisi yang diberikan kepada suatu variabel atau konstriks dengan cara memberikan arti atau menspesifikasikan kegiatan dan memberikan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur konstruk atau variabel tersebut.⁵⁷

⁵⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian*, hal. 58–59.

⁵⁷ Moh Nazir, *Metode Penelitian* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2009), hal. 126.

Adapun definisi operasional dari masing-masing variabel dalam penelitian ini dijelaskan sebagai berikut :

Tabel 3.1
Definisi Operasional

No	Variabel	Definisi	Indikator
1.	Lokasi (X_1) (Ratih Hurriyati, 2015)	Menurut peneliti Lokasi adalah dimana perusahaan atau instansi tersebut beroperasi	a. Akses b. Visibilitas c. Lalu lintas (<i>traffic</i>) d. Tempat parkir yang luas dan aman
2.	Pengetahuan (X_2) (Sumarwan, 2015)	Pengetahuan konsumen adalah semua informasi yang dimiliki konsumen mengenai berbagai macam produk dan jasa, serta pengetahuan lainnya yang terkait dengan produk dan jasa tersebut,	a. Pengetahuan Produk b. Pengetahuan Pembelian c. Pengetatahuan Pemakaian
3.	Religiusitas (Glock&Stark, 1967)	Religiusitas menurut peneliti adalah pemahama natas keyakinan masyarakat Kecamatan Pegandon Kabupaten Kendal, menganai ketaatan masyarakat dalam beragama terhadap aturan-aturan kehidupan sehari-hari yang digariskan Islam.	a. Keyakinan b. Peribadatan c. Penghayatan d. Pengetahuan Agama e. Pengalaman
4.	Minat menjadi nasabah (Y) (Crow&Crow, 1980)	Minat adalah suatu perangkat mental yang terdiri dari suatu campuran dari persaan, harapan, pendirian prasangka atau kecenderungan lain yang mengarahkan individu kepada suatu pilihan tertentu.	a. Faktor dari dalam b. Faktor motif sosial c. Faktor emosional

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik pengambilan data sebagai berikut :

1) Kuisisioner atau angket

Kuesioner atau yang biasa disebut dengan angket adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.⁵⁸ Untuk menilai jawaban responden atau nasabah peneliti menggunakan skala Likert. Skala likert digunakan mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.⁵⁹

Skala likert memiliki lima tingkat prefensi jawaban yang masing-masing mempunyai 1-5 dengan rincian sebagai berikut:

Tabel
Skala Likert

Alternatif Jawaban	Nilai
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Netral (N)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

2) Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan adalah pengumpulan data dengan tujuan untuk mengetahui berbagai pengetahuan atau teori-teori yang berhubungan dengan permasalahan yang ada pada penelitian, diantaranya berasal dari buku, majalah, jurnal, maupun berbagai literatur yang relevan dengan penelitian ini.

⁵⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, hal. 52.

⁵⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, hal. 93.

3.6 Teknik Analisis Data

Peneliti mengumpulkan data yang diperoleh dari penelitian ini dengan menganalisis menggunakan:

3.6.1 Uji Validitas

Validitas adalah suatu keadaan yang menggambarkan tingkat instrumen yang bersangkutan mampu mengukur sesuatu hal yang akan diukur.⁶⁰ Penelitian ini menggunakan alat kuisioner, uji validitas dilakukan untuk menguji data yang didapat setelah penelitian. Suatu item dinyatakan valid apabila nilai r hitung $\geq r$ tabel, dan apabila r hitung $< r$ tabel maka data dinyatakan tidak berkorelasi signifikan atau tidak valid.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah tingkat kestabilan dari suatu alat pengukur dalam mengukur suatu gejala atau kejadian. Semakin tinggi reliabilitas suatu alat pengukur, akan semakin stabil pula alat pengukur tersebut dan sebaliknya. Reliabilitas dalam penelitian ini diukur dengan teknik Alpha Cronbach untuk mengukur suatu tes sikap dan perilaku dengan fasilitas SPSS. Apabila suatu nilai Alpha Cronbach yang dihasilkan adalah $> 0,60$ maka alat ukur yang digunakan dianggap reliabel atau dapat dipercaya dan sebaliknya jika nilai Alpha Cronbach yang dihasilkan $< 0,6$ menunjukkan bahwa alat ukur yang digunakan tidak reliabel.⁶¹

3.6.3 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk menganalisis asumsi-asumsi dasar yang harus dipenuhi dalam penggunaan regresi. Penelitian ini menggunakan tiga pengujian asumsi klasik, yaitu uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas yaitu uji asumsi awal yang perlu dilaksanakan peneliti sebagai prosedur melakukan uji statistika parametrik. Populasi data yang dikumpulkan dilakukan uji normalitas untuk menentukan apakah terdistribusi

⁶⁰ Nuraeni, hal. 9.

⁶¹ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan IBM SPSS 23* (Semarang: Badan Penerbitan Universitas Diponegoro, 2016), hal. 4.

normal atau tidak normal. Apabila analisis memakai pola parametrik maka prosedur normalitas pada data harus tercukupi. Apabila data tidak berdistribusi normal atau sedikitnya jumlah sampel, data berjenis nominal dan ordinal sehingga pola yang dipakai ialah statistik non parametik.⁶²

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah suatu populasi berdistribusi normal atau tidak.⁶³ Model regresi yang baik adalah berdistribusi normal atau yang mendekati normal. Suatu data dikatakan berdistribusi normal dilihat dari penyebaran data pada sumbu diagonal dari grafik.⁶⁴ Dalam penelitian ini akan menggunakan statistik One Sample Kolmogorov-Smirnov test dengan pedoman mengambil taraf signifikansi 5% (0,05). Apabila data berdistribusi normal dilihat dari :

- Nilai signifikansi $> 0,05$, maka distribusi normal
- Nilai signifikansi $< 0,05$, maka distribusi tidak normal.

b. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas terjadi pada model regresi dengan lebih dari satu variabel independen dimana terjadi korelasi yang kuat antar variabel independennya.⁶⁵ Pada uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya variabel bebas yang memiliki kemiripan dengan variabel bebas lainnya dalam satu model. Pada penelitian ini, pengujian multikolinearitas dilakukan dengan menggunakan *Variance Inflation Factor* (VIF) antar variabel independen yang dilihat pada matriks korelasi. Jika nilai VIF $< 10,00$ maka artinya tidak terjadi multikolinearitas terhadap data yang di uji, sebaliknya jika nilai VIF $> 10,00$ maka artinya terjadi multikolinearitas terhadap data yang telah diuji.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain.⁶⁶

Asumsi heteroskedastisitas yaitu apabila variansi dari faktor pengganggu selalu

⁶² Nuraeni, hal. 113.

⁶³ Nuraeni, hal. 113.

⁶⁴ Riduan dan Sunarto, *Pengantar Statistika untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2014), hal. 108.

⁶⁵ Nawari, *Analisis Statistik dengan MS Excel 2007 dan SPSS 17*, ed. oleh Teguh Wahyono (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2010), hal. 233.

⁶⁶ J. Supranto, *Statistik Teori dan Aplikasi* (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2008), hal. 276.

sama pada data pengamatan yang satu ke data pengamatan lain. Jika pada ciri ini terpenuhi maka variansi faktor pengganggu pada kelompok data tersebut bersifat homokedastisitas. Sebaliknya, jika asumsi itu tidak dapat dipenuhi, maka dapat dikatakan terjadi penyimpangan. Penyimpangan terhadap faktor pengganggu demikian disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah homoskedastis dan tidak terjadi heteroskedastisitas.

Prasyarat yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya gejala heteroskedastisitas. Pada penelitian ini akan dilakukan uji heteroskedastisitas menggunakan uji glesjer yaitu mengkorelasikan nilai absolut residual dengan masing-masing variabel. Hasil dari uji glejser menunjukkan ada heteroskedastisitas apabila dari perhitungan SPSS nilai probabilitas signifikansinya diatas tingkat kepercayaan 5%.⁶⁷

Kriteria pengambilan keputusan pada uji heterokesdasitas yaitu jika nilai signifikansi > 0.05 kesimpulannya tidak terjadi heterokesdasitas. Namun, jika nilai signifikansi < 0.05 maka terjadi heterokesdasitas.⁶⁸

3.6.4 Uji Regresi

Uji regresi yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Regresi linier berganda digunakan jika terdapat beberapa variabel independen atau bebas (X) yang mempengaruhi satu variabel dependen atau terikat (Y).⁶⁹ Dengan menggunakan regresi linier berganda dapat mengetahui besarnya hubungan antara X1 dengan Y, X2 dengan Y dan seterusnya dan untuk mencari besarnya X1, X2,...Xn terhadap Y secara bersama-sama. Dengan demikian analisis regresi linier berganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya lebih dari 1.

Penelitian ini menggunakan 3 variabel bebas (X) yaitu lokasi, pengetahuan dan religiusitas terhadap 1 variabel terikat (Y) yaitu minat menggunakan jasa perbankan syariah. Adapun model persamaan regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

⁶⁷ Ghozali, hal. 143.

⁶⁸ Ghozali, hal. 276.

⁶⁹ Nuraeni, hal. 139.

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

Keterangan

a	= Konstanta
b ₁ , b ₂	= Koefisien Regresi
X ₁	= Lokasi
X ₂	= Pengetahuan
X ₃	= Religiusitas
Y	= Minat Menjadi Nasabah
e	= Standar Error

3.6.5 Uji Hipotesis

Hipotesis adalah prosedur yang didasarkan pada bukti sampel yang dipakai untuk menentukan apakah hipotesis merupakan suatu pernyataan yang wajar dan oleh karenanya diterima, atau hipotesis tersebut tidak wajar dan oleh karena itu harus ditolak.⁷⁰

a. Uji T

Uji T adalah suatu uji hipotesis terhadap koefisien regresi parsial yang digunakan untuk melihat pengaruh masing-masing variabel bebas secara individu terhadap variabel terikatnya.

- 1) Apabila t hitung lebih kecil dari t tabel maka Ho diterima dan Ha ditolak, artinya masing-masing variabel lokasi pengetahuan, dan religiusitas tidak berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat Kecamatan Pegandon untuk menggunakan jasa Perbankan Syariah.
- 2) Apabila t hitung lebih besar dari t tabel maka Ho ditolak dan Ha diterima, artinya masing-masing variabel lokasi, pengetahuan, dan religiusitas berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat Kecamatan Pegandon untuk menggunakan jasa Perbankan Syariah.

⁷⁰ Nuraeni, hal. 82.

b. Uji F

Uji F digunakan untuk menentukan signifikan atau tidaknya suatu variabel bebas secara bersama-sama (simultan) dalam mempengaruhi variabel terikatnya. Uji F dapat dilakukan dengan melihat cara menghitung nilai F tabel dan F hitung, jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak, jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima atau dengan melihat nilai probabilitas, jika angka signifikan $< 0,05$ maka H_0 ditolak, jika angka signifikan $> 0,05$ maka H_0 diterima.

BAB IV

PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Kecamatan Pegandon

4.1.1. Kondisi Geografis Kecamatan Pegandon

Berdasarkan data statistik (2021) di Kecamatan Pegandon memiliki luas wilayah mencapai 31,12 Km² yang sebagian besar wilayah sebagai lahan pertanian berupa sawah, hutan rakyat mencapai 14,46 Km² (46,48%), lahan sawah 8,33 Km² (26,77%), dan lahan bukan pertanian 8,33 Km² (26,75%). Perbatasan wilayah sebelah utara adalah Kecamatan Patebon, sebelah selatan berbatasan dengan Kecamatan Singorojo, sebelah Barat berbatasan dengan Kecamatan Gemuh, dan sebelah timur berbatasan Kecamatan Ngampel.

Kecamatan Pegandon berdasarkan topografi adalah dataran rendah dengan ketinggian tanah kurang lebih 6 meter di atas permukaan laut. Sedangkan posisi Kecamatan Pegandon berkisar antara 110°11'27" Bujur Timur dan 6°57'11.5" hingga 7°2'53" Lintang Selatan.

Kabupaten Kendal Propinsi Jawa Tengah terdiri dari 20 kecamatan, salah satu kecamatan yang ada di Kendal yaitu Kecamatan Pegandon. Dimana Kecamatan Pegandon terdiri 12 desa. Dengan 58 Rukun Warga dan 213 Rukun Tetangga. Desa yang dimaksud yaitu:

- | | | |
|---------------|----------------|----------------|
| a. Pekuncen | e. Margomulyo | i. Pucangrejo |
| b. Puguh | f. Tegorejo | j. Gubugsari |
| c. Wonosari | g. Pesawahan | k. Pegandon |
| d. Dawungsari | h. Karangmulyo | l. Penanggulan |

Apabila dilihat dari luas wilayah desa, desa terluas di Kecamatan Pegandon adalah Desa Wonosari dengan luas wilayah 14,50 Km² (46,59 persen dari wilayah Kecamatan Pegandon), sementara desa dengan luas terkecil adalah Desa Penanggulan dengan luas hanya sebesar 0,67 Km² (2,15 persen dari wilayah Kecamatan Pegandon). Menurut jarak kantor desa ke ibu kota Kecamatan Pegandon, Desa Pucangrejo merupakan desa terjauh dengan jarak mencapai 4,40

Km sedangkan terdekat adalah Desa Tegorejo yang merupakan desa tempat ibu kota Kecamatan Pegandon.

4.1.2. Visi dan Misi Kecamatan Pegandon

Visi dan misi Kecamatan Pegandon Kabupaten Kendal yaitu :

a. Visi

“Terwujudnya pelayanan kantor Kecamatan Pegandon melalui tata pemerintahan yang baik dan menuju masyarakat yang lebih maju”

b. Misi

1. Memajukan kesejahteraan masyarakat lahir dan batin yang demokratis, partisipatif berdasarkan iman dan takwa.
2. Mewujudkan aparatur pemerintahan yang baik, professional, transparan, dan bertanggung jawab dalam rangka memberikan pelayanan prima kepada masyarakat.
3. Mengoptimalkan pemanfaatan sumberdaya alam yang berwawasan lingkungan.

4.1.3. Gambaran Umum Responden

4.1.3.1. Populasi Penduduk Kecamatan Pegandon

Penduduk Kecamatan Pegandon berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2021 berjumlah 37.954 jiwa yang terdiri dari 19.012 laki-laki dan 18.942 perempuan.

Dibawah ini penjelasan banyaknya penduduk berdasarkan jenis kelamin di Kecamatan Pegandon.

Tabel 4.1

Penduduk Kecamatan Pegandon berdasarkan Jenis Kelamin

Desa	Penduduk Kecamatan Pegandon		
	Laki – Laki	Perempuan	Jumlah
Pekuncen	1.087	1.062	2.149
Puguh	1.433	1.427	2.860
Wonosari	1.855	1.776	3.631

Desa	Penduduk Kecamatan Pegandon		
	Laki – Laki	Perempuan	Jumlah
Dawungsari	808	842	1.650
Margomulyo	1.837	1.871	3.708
Tegorejo	2.554	2.560	5.114
Pesawahan	1.354	1.335	2.689
Karangmulyo	1.448	1.421	2.869
Pucangrejo	1.315	1.257	2.572
Gubugsari	2.204	2.094	4.298
Pegandon	1.453	1.459	2.912
Pegandon	1.664	1.838	3.502
Jumlah	19.012	18.942	37.954

Sumber Data: Statistik Kecamatan Pegandon Tahun 2021

4.1.3.2. Agama

Kecamatan Pegandon mayoritas penduduknya beragama Islam dan terdapat beberapa pondok yang ada di Kecamatan Pegandon. Salah satu pondok adalah pondok pesantren tua yang berusia 137 tahun yaitu pondok An Nur yang sudah berdiri sejak tahun 1884.⁷¹ Dahulu Pegandon juga tergolong salah satu basis penyebaran agama Islam di tanah Jawa, terbukti dengan adanya makam ulama yang wafat di Pegandon yaitu makam Pangeran Benowo atau Sunan Abinawa. Juga berdiri sebuah masjid yang merupakan masjid tertua kedua setelah masjid Agung Demak. Keberadaan sang tokoh semasa hidupnya sangat membawa pengaruh besar bagi masyarakat. Dengan ilmu-ilmu yang diajarkan membuat masyarakat menghormati beliau bahkan sampai beliau wafat jasa-jasanya masih terus di kenang dan ajaran-ajaran dari masih terus dilaksanakan sampai sekarang. Sampai saat ini, kehidupan masyarakat Pegandon masih dipengaruhi oleh tradisi yang berbau agama

⁷¹ Saiful Masum, "Mengenal Ponpes An Nur Kersan Kendal, Berdiri pada 1884, Tetap Pertahankan Metode Pengajaran Salaf," *tribunnews*, 2021 <<https://pantura.tribunnews.com/amp/2021/04/25/mengenal-ponpes-an-nur-kersan-kendal-berdiri-pada-1884-tetap-pertahankan-metode-pengajaran-salaf?page=3>>.

Islam, seperti: tadarus, pengajian, berjanji, tahlil dan rutinan lainnya. Di Kecamatan Pegandon juga tersebar berbagai lain. Dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

Tabel 4.2.

Pemeluk Agamadi Kecamatan Pegandon Tahun 2021

Jenis Agama	Jumlah Penganut
Islam	38.936
Kristen	20
Katholik	49
Budha	0
Hindu	0
Jumlah	39.005

Sumber Data : Statistik Kecamatan Pegandon 2021

4.2. Deskripsi Responden

Pengumpulan data responden dilakukan dengan membagikan kuesioner kepada masyarakat Kecamatan Pegandon yang berhasil dijumpai. Sampe yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Sehingga data tersebut dapat diolah dengan uji SPSS 25.

4.3. Deskripsi Penelitian Responden dan Variabel Penelitian

Penjelasan mengenai karakteristik responden dan hubungan karaktersitik responden dengan variabel minat dapat di jelaskan sebagai berikut :

1. Karakteristik Jenis Kelamin

Tabel 4.3.

Jenis Kelamin

Jenis Kelamin					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	48	48.0	48.0	48.0
	Perempuan	52	52.0	52.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel 4.3 dapat diketahui bahwa jumlah responden yang paling banyak adalah perempuan dengan jumlah 52 responden dengan presentase 52 % dan responden laki-laki sebanyak 48 responden dengan presentase 48%.

Hubungan Karakteristik Jenis Kelamin dengan Variabel Minat

Tabel 4.4.

Deskriptif Jenis Kelamin dengan Minat Menggunakan Jasa Perbankan Syariah

Jenis Kelamin * Minat Menggunakan Jasa Perbankan Syariah Crosstabulation						
			Minat Menggunakan Jasa Perbankan Syariah			Total
			Tinggi	Sedang	Rendah	
Jenis Kelamin	Laki-Laki	Count	25	20	3	48
		% of Total	25.0%	20.0%	3.0%	48.0%
	Perempuan	Count	26	26	0	52
		% of Total	26.0%	26.0%	0.0%	52.0%
Total	Count		51	46	3	100
	% of Total		51.0%	46.0%	3.0%	100.0%

Berdasarkan tabel 4.4 mengenai tabulasi silang dapat dilihat hubungan antara karakteristik jenis kelamin dengan variabel minat (Y). Jenis kelamin laki-laki yang memiliki minat menggunakan jasa perbankan syariah tinggi sebanyak 25 atau 25%. Jenis kelamin laki-laki yang minat menggunakan jasa perbankan syariah sedang sebanyak 20 atau 20%. Jenis kelamin laki-laki yang minat menggunakan jasa perbankan rendah sebanyak 3 atau 3%. Sedangkan jenis kelamin perempuan yang minat menggunakan jasa perbankan syariah tinggi sebanyak 26 atau 26%. Jenis kelamin perempuan yang minat menggunakan jasa perbankan syariah sedang sebanyak 25 atau 25%. Jenis kelamin perempuan yang minat menggunakan jasa perbankan syariah rendah sebanyak 0 atau 0%.

Dari jumlah tersebut bisa disimpulkan dari jumlah tersebut ternyata jenis kelamin perempuan mempunyai minat yang tinggi terhadap minat menggunakan jasa perbankan syariah, sehingga bank kedepan ketika mau sosialisasi atau mencari nasabah dapat memfokuskan kepada jenis kelamin perempuan.

2. Karakteristik Umur

Tabel 4.5.
Umur Responden

Umur Responden					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<25	41	41.0	41.0	41.0
	25-30	20	20.0	20.0	61.0
	36-55	35	35.0	35.0	96.0
	>55	4	4.0	4.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel 4.5 dapat diketahui bahwa responden terbanyak berdasarkan umur adalah berusia < 25 yaitu berjumlah 41 responden, kemudian responden yang berusia 25 – 30 berjumlah 20, responden yang berusia 36 – 55 berjumlah 35, dan responden yang berusia > 55 berjumlah 4.

Hubungan Karakteristik Umur Responden dengan Variabel Lokasi

Tabel 4.6.

Deskriptif Umur dengan Variabel Lokasi

Umur Responden * Minat Menggunakan Jasa Perbankan Syariah Crosstabulation

			Minat Menggunakan Jasa Perbankan Syariah			Total
			Tinggi	Sedang	Rendah	
Umur Responden	<25	Count	21	20	0	41
		% of Total	21.0%	20.0%	0.0%	41.0%
	25-30	Count	11	8	1	20
		% of Total	11.0%	8.0%	1.0%	20.0%
	36-55	Count	16	17	2	35
		% of Total	16.0%	17.0%	2.0%	35.0%
	>55	Count	3	1	0	4
		% of Total	3.0%	1.0%	0.0%	4.0%
	Total	Count	51	46	3	100
		% of Total	51.0%	46.0%	3.0%	100.0%

Berdasarkan tabel 4.6 dapat dilihat hubungan antara karakteristik umur dengan variabel minat (Y). Responden umur < 25 memiliki minat menggunakan jasa perbankan syariah tinggi sebanyak 21 atau 21%, sedang sebanyak 20 atau 20%, dan rendah sebanyak 0 atau 0%. Responden umur 25-30 memiliki minat menggunakan jasa perbankan syariah tinggi sebanyak 11 atau 11%, sedang sebanyak 8 atau 8% dan rendah sebanyak 1 atau 1%. Responden umur 36 – 55 yang memiliki minat menggunakan jasa perbankan syariah tinggi sebanyak 16 atau 16%, sedang sebanyak 17 atau 17%, dan rendah sebanyak 0 atau 0%. Responden umur >55 memiliki minat menggunakan jasa perbankan syariah tinggi sebanyak 3 atau 3%, sedang sebanyak 1 atau 1%, dan rendah 0 atau 0%.

Jadi dari jumlah tersebut dapat disimpulkan bahwa umur <25 memiliki minat lebih tinggi terhadap jasa perbankan syariah. Orang mengubah barang dan jasa yang mereka gunakan semasa hidupnya. Kebutuhan dan selera seseorang

akan berubah sesuai dengan umur. Jadi untuk kedepannya bank syariah dalam melakukan promosi atau mencari nasabah bisa memfokuskan kepada orang yang berumur <25 yang memiliki minat terhadap menggunakan jasa perbankan syariah.

3. Karakteristik Tingkat Pendidikan

Tabel 4.7.
Tingkat Pendidikan

		Pendidikan Terakhir			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMP	3	3.0	3.0	3.0
	SMA	47	47.0	47.0	50.0
	DIPLOMA	9	9.0	9.0	59.0
	S1	36	36.0	36.0	95.0
	S2	5	5.0	5.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel 4.7. dapat diketahui bahwa sebagian besar responden mempunyai latar belakang pendidikan SMA yaitu berjumlah 47, responden SMP berjumlah 3, responden Diploma berjumlah 9, responden S1 berjumlah 36, dan responden S2 berjumlah 5.

Hubungan Karakteristik Tingkat Pendidikan dengan Variabel Minat

Tabel 4.8.

Deskriptif Tingkat Pendidikan dengan Variabel Minat

Pendidikan Terakhir * Minat Menggunakan Jasa Perbankan Syariah Crosstabulation

			Minat Menggunakan Jasa Perbankan Syariah			Total
			Tinggi	Sedang	Rendah	
Pendidikan Terakhir	SMP	Count	1	2	0	3
		% of Total	1.0%	2.0%	0.0%	3.0%
	SMA	Count	22	23	2	47
		% of Total	22.0%	23.0%	2.0%	47.0%
	DIPLOMA	Count	5	4	0	9
		% of Total	5.0%	4.0%	0.0%	9.0%
	S1	Count	20	15	1	36
		% of Total	20.0%	15.0%	1.0%	36.0%
	S2	Count	3	2	0	5
		% of Total	3.0%	2.0%	0.0%	5.0%
Total	Count	51	46	3	100	
	% of Total	51.0%	46.0%	3.0%	100.0%	

Berdasarkan tabel 4.8. dapat dilihat hubungan antara karakteristik pendidikan terakhir responden dengan variabel minat (Y). Responden lulusan SMP memiliki minat menggunakan jasa perbankan syariah tinggi sebanyak 1 atau 1%, sedang sebanyak 2 atau 2%, dan rendah sebanyak 0 atau 0%. Responden lulusan SMA yang memiliki minat menggunakan jasa perbankan syariah tinggi sebanyak 22 atau 22%, sedang sebanyak 23 atau 23% dan rendah sebanyak 2 atau 2%. Responden lulusan diploma memiliki minat menggunakan jasa perbankan syariah tinggi sebanyak 5 atau 5%, sedang sebanyak 4 atau 4%, dan rendah sebanyak 0 atau 0%. Responden lulusan S1 yang minat menggunakan jasa perbankan syariah tinggi sebanyak 20 atau 20%, sedang sebanyak 15 atau 15%, dan rendah sebanyak 1 atau 1%. Responden lulusan S2 yang memiliki minat menggunakan jasa perbankan syariah tinggi 3 atau 3%,

sedang sebanyak 2 atau 2%, dan rendah 0 atau 0%. Dari jumlah tersebut dapat dilihat yang memiliki minat terhadap menggunakan jasa perbankan syariah adalah seseorang dengan pendidikan terakhir SMA. Maka untuk kedepannya dalam mencari nasabah atau promosi bank dapat memfokuskan kepada seseorang dengan jenjang pendidikan lulusan SMA.

4. Karakteristik Jenis Pekerjaan

Tabel 4.9.
Jenis Pekerjaan

Pekerjaan Responden					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Mahasiswa/ Pelajar	17	17.0	17.0	17.0
	PNS	25	25.0	25.0	42.0
	Wiraswasta	35	35.0	35.0	77.0
	Pegawai Swasta	23	23.0	23.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel 4.9 bisa diketahui bahwa sebagian besar responden adalah berstatus wiraswasta yaitu berjumlah 35, responden mahasiswa/ pelajar berjumlah 17, responden PNS berjumlah 25, dan responden pegawai swasta berjumlah 23.

Hubungan Karakteristik Pekerjaan dengan Variabel Lokasi

Tabel 4.10.

Deskriptif Pekerjaan dengan Variabel Minat

Pekerjaan Responden * Minat Menggunakan Jasa Perbankan Syariah Crosstabulation

			Minat Menggunakan Jasa Perbankan Syariah			Total
			Tinggi	Sedang	Rendah	
Pekerjaan Responden	Mahasiswa/ Pelajar	Count	5	12	0	17
		% of Total	5.0%	12.0%	0.0%	17.0%
	PNS	Count	14	10	1	25
		% of Total	14.0%	10.0%	1.0%	25.0%
	Wiraswasta	Count	20	13	2	35
		% of Total	20.0%	13.0%	2.0%	35.0%
	Pegawai Swasta	Count	12	11	0	23
		% of Total	12.0%	11.0%	0.0%	23.0%
Total	Count	51	46	3	100	
	% of Total	51.0%	46.0%	3.0%	100.0%	

Berdasarkan tabel 4.10. dapat dilihat hubungan antara karakteristik pekerjaan responden dengan variabel minat (Y). Responden mahasiswa/ pelajar memiliki minat menggunakan jasa perbankan syariah tinggi sebanyak 5 atau 5%, sedang sebanyak 12 atau 12%, dan rendah sebanyak 0 atau 0%. Responden PNS memiliki minat menggunakan jasa perbankan syariah tinggi sebanyak 14 atau 14%, sedang sebanyak 10 atau 10%, dan rendah sebanyak 1 atau 1%. Responden wiraswasta memiliki minat menggunakan jasa perbankan syariah tinggi sebanyak 20 atau 20%, sedang sebanyak 13 atau 13%, dan rendah sebanyak 2 atau 2%. Responden pegawai swasta memiliki minat menggunakan jasa perbankan syariah tinggi sebanyak 12 atau 12%, sedang sebanyak 11 atau 11%, dan rendah sebanyak 0 atau 0%.

Dari jumlah tersebut mayoritas yang mempunyai minat tinggi terhadap menggunakan jasa bank syariah adalah yang berprofesi sebagai wiraswasta. Pekerjaan aktivitas atau kegiatan yang dilakukan oleh responden sehingga memperoleh penghasilan. Dapat dikatakan bahwa pekerjaan wiraswasta juga memiliki andil dengan minat masyarakat dalam menggunakan jasa perbankan syariah. Maka untuk kedepannya dalam melakukan promosi, sosialisasi dan mencari nasabah Bank Syariah dapat mengedapankan orang yang berprofesi sebagai wiraswasta.

5. Karakteristik Penghasilan

Tabel 4.11.

Penghasilan

Penghasilan Responden					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 2 Juta	35	35.0	35.0	35.0
	2-5 Juta	48	48.0	48.0	83.0
	6-10 Juta	16	16.0	16.0	99.0
	11-15 Juta	1	1.0	1.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel 4.11. menunjukkan bahwa responden paling banyak adalah responden yang berpenghasilan 2 – 5 juta, responden berpenghasilan < 2 juta berjumlah 35, responden berpenghasilan 6 – 10 juta berjumlah 16, dan responden berpenghasilan 11 – 15 juta berjumlah 1.

Hubungan Karakteristik Penghasilan dengan Variabel Minat

Tabel 4.12.

Deskriptif Penghasilan dengan Variabel Minat

Penghasilan Responden * Minat Menggunakan Jasa Perbankan Syariah Crosstabulation					
			Minat Menggunakan Jasa Perbankan Syariah		
			Tinggi	Sedang	Rendah
Penghasilan Responden	< 2 Juta	Count	15	20	0
		% of Total	15.0%	20.0%	0.0%
	2-5 Juta	Count	27	19	2
		% of Total	27.0%	19.0%	2.0%
	6-10 Juta	Count	8	7	1
		% of Total	8.0%	7.0%	1.0%
	11-15 Juta	Count	1	0	0
		% of Total	1.0%	0.0%	0.0%
	Total	Count	51	46	3
		% of Total	51.0%	46.0%	3.0%

Berdasarkan tabel 4.12. dapat dilihat hubungan antara karakteristik penghasilan responden dengan variabel minat (Y). Responden penghasilan < 2 juta memiliki minat menggunakan jasa perbankan syariah tinggi sebanyak 15 atau 15%, sedang sebanyak 20 atau 20%, dan rendah sebanyak 0 atau 0%. Responden penghasilan 2 – 5 juta memiliki minat menggunakan jasa perbankan syariah tinggi sebanyak 27 atau 27%, sedang sebanyak 19 atau 19%, dan rendah sebanyak 2 atau 2%. Responden penghasilan 6 – 10 juta memiliki minat menggunakan jasa perbankan tinggi sebanyak 8 atau 8%, sedang sebanyak 7 atau 7%, dan rendah sebanyak 1 atau 1%. Responden penghasilan 11 – 15 juta memiliki minat menggunakan jasa perbankan syariah tinggi sebanyak 1 atau 1%, sedang sebanyak 0 atau 0%, dan rendah sebanyak 0 atau 0%.

Dari jumlah tersebut yang mempunyai mayoritas tinggi terhadap minat menggunakan jasa perbankan syariah adalah seorang dengan penghasilan

antara 2-5 juta. Seseorang dengan penghasilan yang stabil dapat berkemungkinan menabungkan hasil pendapatannya di Bank Syariah, karena tidak semua pendapatan yang diperoleh seseorang dibelanjakan untuk barang dan jasa, tetapi sebagian akan ditabungkan.

4.5. Analisis Hasil Penelitian

4.5.1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk menganalisis valid atau tidaknya suatu pertanyaan yang tersusun pada setiap butir kuesioner yang telah diuji untuk mewakili objek yang diamati.

Uji validitas merupakan alat ukuran yang menunjukkan tingkatan-tingkatan kevalidan dan keshahihan tiap instrument. Validitas yang mempunyai tingkatan tinggi maka instrumen tersebut dinyatakan valid. Jika hasilnya tidak valid maka butir pertanyaan yang diuji harus dihapus dan tidak digunakan untuk tahap pengujian selanjutnya. Mengukur validitas sebaiknya pada setiap point pertanyaan yang akan di uji validitasnya.

Tabel 4.13.

Uji Validitas

Variabel	Item	R hitung	R tabel	Keterangan
Lokasi (X1)	X1.1	0,725	0,361	VALID
	X1.2	0,771	0,361	VALID
	X1.3	0,715	0,361	VALID
	X1.4	0,816	0,361	VALID
Pengetahuan (X2)	X2.1	0,797	0,361	VALID
	X2.2	0,836	0,361	VALID
	X2.3	0,797	0,361	VALID
Religiusitas (X3)	X3.1	0,641	0,361	VALID
	X3.2	0,771	0,361	VALID
	X3.3	0,876	0,361	VALID
	X3.4	0,732	0,361	VALID
	X3.5	0,676	0,361	VALID

Variabel	Item	R hitung	R tabel	Keterangan
Minat (Y)	Y.1	0,796	0,361	VALID
	Y.2	0,700	0,361	VALID
	Y.3	0,900	0,361	VALID

1.5.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana pengukuran data memberikan hasil yang relative konsisten, apabila digunakan lagi sebagai alat ukur suatu objek atau responden. Teknik yang digunakan dalam pengukuran reliabilitas yaitu apabila nilai Alpha > 0,6 sehingga penelitian tersebut dikatakan reliabel. Adapun hasilnya sebagai berikut :

Tabel 4.14.

Uji Reliabilitas

Variabel	Item	Alpha Cronbach's	Keterangan
Lokasi	X1	0,729	RELIABEL
Pengetahuan	X2	0,735	RELIABEL
Religiusitas	X3	0,782	RELIABEL
Minat	Y	0,714	RELIABEL

Sumber: Pengolahan Data SPSS 25

Dari keterangan tabel 4.14. dapat dikatakan bahwa setiap variabel mempunyai nilai Alpha Cronbach's > 0,60. Dengan demikian lokasi, pengetahuan, religiusitas, dan minat menggunakan jasa perbankan syariah dikatakan reliabel. Maka data diatas bisa dinyatakan reliable untuk pengukuran dan penelitian berikutnya.

4.5.3. Uji Asumsi Klasik

4.5.3.1. Uji Normalitas

Tabel 4.15.
Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.06750082
Most Extreme Differences	Absolute	.055
	Positive	.045
	Negative	-.055
Test Statistic		.055
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Uji normalitas digunakan untuk menganalisis apakah dalam model regresi yang diuji dalam penelitian ini dengan menggunakan variabel dependen dan independen tersebut, datanya berdistribusi normal atau tidak. Pada uji normalitas ini menggunakan uji statistic yaitu Kolmogorof Smirnov (K-S). Apabila nilai asym. Sig (2-tailed) pada K-S adalah diatas 0,05 atau 5% maka dinyatakan residual berdistribusi normal. Uji normalitas kolmogorof smirnov diatas menunjukkan nilai asym. Sig (2-tailed) sebesar $0,200 > 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa residual berdistribusi normal.

1.5.3.2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas untuk menganalisis terjadi atau tidak multikonearitas pada model regresi dan apakah ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (X).

Tabel 4.16.
Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Collinearity Statistics		Keterangan
	B	Std. Error	Tolerance	VIF	
1 (Constant)	1.724	.784			
LOKASI	.232	.065	.435	2.299	Non Multikol
PENGETAHUAN	.132	.093	.392	2.553	Non Multikol
RELIGIUSITAS	.253	.059	.325	3.072	Non Multikol

a. Dependent Variable: MINAT

Dasar pengambilan pada uji multikolinearitas dapat diamati dari nilai VIF (*Variance Inflation Factors*) dan nilai *tolerance*. Jika nilai VIF < 10 dan nilai tolerance > 0,10 maka tidak terjadi gejala multikolinearitas. Hasil Uji multikolinearitas diatas menunjukkan nilai VIF dari variabel independen (X1, X2, X3) < 10 dan nilai tolerance variabel independen (X1, X2, X3) > 0,10. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas diantaravariabel independen tersebut.

1.5.3.3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dipakai untuk menganalisis penyimpangan yang terjadi karena ketidaksesuaian varian dari residual untuk pengamatan pada model regresi. Dasar pengambilan uji heteroskedastisitas menggunakan uji glejser yaitu apabila nilai signifikan $> 0,05$ atau 5%. Berikut hasil uji heteroskedastisitas:

Tabel 4.17.
Heteroskedastisitas Uji Glejser

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.510	.469		3.223	.002
LOKASI	-.064	.039	-.249	-1.641	.104
PENGETAHUAN	-.004	.055	-.011	-.069	.945
RELIGIUSITAS	.020	.035	.102	.580	.563

a. Dependent Variable: ABS_RESIDUAL

Uji heteroskedastisitas pada tabel 4.17. menggunakan uji glejser, bahwa dari semua variabel independen (X1, X2, X3) mempunyai nilai signifikansi $> 0,05$. Dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas pada variabel independen tersebut.

1.5.4. Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi ini digunakan untuk mengukur variabel dependen (minat menggunakan jasa perbankan syariah) jika variabel dinaikkan atau diturunkan. Analisis regresi linier berganda ini memiliki tujuan menguji pengaruh lokasi, pengetahuan, dan religiusitas sebagai variabel (terikat) dan minat menggunakan jasa perbankan syariah sebagai variabel dependen (bebas).

Tabel 4.18.
Uji Regresi Linier

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.724	.784		2.198	.030
	LOKASI	.232	.065	.319	3.575	.001
	PENGETAHUAN	.132	.093	.134	1.431	.156
	RELIGIUSITAS	.253	.059	.441	4.285	.000

a. Dependent Variable: MINAT

Dari tabel 4.18. dapat diamati perolehan analisis regresi berganda untuk variabel lokasi 0,232 variabel tingkat pengetahuan sebesar 0,132 dan variabel tingkat religiusitas sebesar 0,253. Maka model persamaan regresi yang didapatkan sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

$$Y = 1,724 + 0,232 + 0,132 + 0,253 + e$$

Nilai dalam unstandardized Coefficient

Interpretasi persamaan penelitian sebagai berikut :

1. Jika semua nilai variabel independen tetap atau konstan, variabel Minat Menggunakan Jasa Perbankan Syariah memiliki nilai 1,724.
2. Nilai koefisien regresi X1 (lokasi) bernilai 0,232 artinya jika variabel lokasi ditingkatkan 1% dalam hal ini akses, visibilitas, lalu lintas, dan tempat parkir yang luas dan aman ditambah, maka minat menggunakan jasa perbankan syariah akan mengalami peningkatan sebesar 0,232%.
3. Nilai koefisien regresi X2 (pengetahuan) bernilai 0,132 artinya jika pengetahuan ditingkatkan 1% dalam hal ini menambah pengetahuan produk perbankan syariah, pengetahuan pembelian, pengetahuan pemakaian ditambah, maka minat menggunakan perbankan syariah akan mengalami peningkatan sebesar 0,132%.
4. Nilai koefisien regresi X3 (religiusitas) bernilai 0,253 artinya jika religiusitas ditingkatkan 1% dalam hal ini tingkat keyakinan masyarakat untuk menjalankan ritual-ritual agama Islam (ibadah), meningkatkan peribadatannya,

penghayatan saat melakukan ibadah, pengetahuan tentang ajaran Islam yang sesuai dengan Al Quran, mencari pengalaman lebih mengenai religiusitas dalam kehidupan sehari-hari ditambah, maka minat menggunakan jasa perbankan syariah mengalami peningkatan sebesar 0,253%.

4.5.5. Uji Hipotesis

4.5.5.1. Uji t-test (Uji Parsial)

Uji t-test dipakai untuk menganalisis tingkat signifikansi pada setiap variabel independen (lokasi, pengetahuan, dan religiusitas) apakah secara individu mempengaruhi variabel dependen (minat menggunakan jasa perbankan syariah). Pada uji t-test yang dijadikan dasar untuk pengujian ini yaitu apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan signifikan $< 0,05$. Maka variabel independen mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen. Adapun hasil uji t-test sebagai berikut:

Tabel 4.19.
Uji t-test

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.724	.784		2.198	.030
LOKASI	.232	.065	.319	3.575	.001
PENGETAHUAN	.132	.093	.134	1.431	.156
RELIGIUSITAS	.253	.059	.441	4.285	.000

a. Dependent Variable: MINAT

Cara mencari $t_{tabel} = t(a/2, (n-k-1))$, dimana a (tingkat kepercayaan) yaitu $0,05/2 = 0,025$, n (jumlah sampel) = 100, k (jumlah variabel X) = 3. Jadi $t_{tabel} = (0,025), (100 - 3 - 1 = 96)$ maka distribusi nilai t_{tabel} yaitu 1,98498.

1. Nilai signifikan untuk pengaruh X1 terhadap Y adalah sebesar $0,001 < 0,05$ dan nilai t_{hitung} sebesar $3,575 > t_{tabel} 1,98498$. Artinya

- variabel lokasi berpengaruh terhadap minat menggunakan jasa perbankan syariah. H_0 ditolak dan H_1 diterima.
2. Nilai signifikan untuk pengaruh X_2 terhadap Y adalah sebesar 0,156 $> 0,05$ dan nilai t_{hitung} sebesar 1,431 $< t_{tabel}$ 1, 98498. Artinya variabel pengetahuan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan jasa perbankan syariah. H_0 diterima dan H_2 ditolak.
 3. Nilai signifikan untuk pengaruh X_3 terhadap Y adalah sebesar 0,000 $< 0,05$ dan nilai t_{hitung} sebesar 4,285 $> t_{tabel}$ 1, 98498. Artinya variabel religiusitas berpengaruh terhadap minat menggunakan jasa perbankan syariah. H_0 ditolak dan H_3 diterima.

4.5.5.2. Uji F (Uji Simultan)

Pada uji ini untuk menganalisis apakah nilai variabel lokasi, pengetahuan, dan religiusitas secara bersama-sama mempengaruhi minat menggunakan jasa perbankan syariah.

Dasar pengambilan pada uji ini apabila nilai signifikan $< 0,05$ atau $f_{hitung} > f_{tabel}$ maka terdapat pengaruh variabel independen secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel dependen. Cara mencari nilai f_{tabel} adalah $F = (k; n-k)$ dimana k (jumlah variabel independen yakni 3) dan n (jumlah sampel yaitu 100) jadi $f_{tabel} : 3; 100-3 = 3; 97$ maka angka yang dicari pada distribusi f_{tabel} sebesar 2,70. Adapun hasil ujinya sebagai berikut:

Tabel 4.20.**Uji F**

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	227.424	3	75.808	64.508	.000 ^b
	Residual	112.816	96	1.175		
	Total	340.240	99			

a. Dependent Variable: MINAT

b. Predictors: (Constant), RELIGIUSITAS, LOKASI, PENGETAHUAN

Hasil uji F pada tabel 4.20. diketahui nilai signifikansi pengaruh X1, X2, X3 secara simultan terhadap Y adalah sebesar $0,000 < 0,005$ dan nilai F hitung $64,508 > F_{\text{tabel}} 2,70$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_o ditolak. Yang berarti terdapat pengaruh variabel independen (lokasi, pengetahuan, dan religiusitas) secara simultan terhadap variabel dependen (minat menggunakan jasa perbankan syariah).

4.5.5.3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji R square dilakukan untuk mengetahui seberapa besar variabel independen (lokasi, pengetahuan, dan religisuitas) menjelaskan variabel dependen (minat menggunakan jasa perbankan syariah). Dapat dilihat tabel dibawah ini :

Tabel 4.20.
Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.818 ^a	.668	.658	1.084

a. Predictors: (Constant), RELIGIUSITAS, LOKASI, PENGETAHUAN

Dari tabel 4.20. uji R square diketahui nilainya sebesar 0,668. Maka dapat disimpulkan bahwa kontribusi variabel lokasi, pengetahuan, dan religiusitas terhadap minat menggunakan jasa perbankan syariah adalah 66,8% sedangkan sisanya 33,2 % dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

4.6. Pembahasan Hasil Penelitian

Setelah peneliti melakukan penelitian secara langsung dengan melakukan penyebaran kuesioner yang diajukan kepada masyarakat di wilayah Kecamatan Pegandon dengan jumlah sampel 100 responden kemudian mengelola hasil jawaban dari responden yang telah peneliti sebarikan melalui aplikasi SPSS 25 adalah sebagai berikut :

1. Pengaruh Lokasi terhadap Minat Masyarakat Kecamatan Prgandon Menggunakan Jasa Perbankan Syariah.

Berdasarkan hasil uji t-test (uji parsial), menggambarkan bahwa variabel lokasi (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat. Dapat dilihat dengan nilai koefisien 0,232 artinya lokasi berpengaruh sebesar 23,2 % terhadap minat masyarakat, sedangkan nilai signifikan untuk pengaruh X1 terhadap Y adalah sebesar $0,001 < 0,05$ dan nilai t_{hitung} sebesar $3,575 > t_{tabel} 1,98498$. Artinya variabel lokasi berpengaruh terhadap minat masyarakat Kecamatan Pegandon menggunakan jasa perbankan syariah. H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Nilai koefisien regresi positif disini dapat diartikan bahwa lokasi bank yang strategis dan mudah dijangkau oleh sarana transportasi berpengaruh terhadap minat masyarakat Kecamatan Pegandon menggunakan jasa perbankan syariah.

Berdasarkan analisis lokasi diketahui bahwa lokasi menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi masyarakat Kecamatan Pegandon menggunakan jasa perbankan syariah, kemudahan pencapaian lokasi bank syariah dipicu dengan sarana dan prasarana untuk mencapai lokasi dimana bank syariah beroperasi.

Lokasi berpengaruh juga dikarenakan oleh lalu lintas menuju lokasi bank syariah ramai lancar dan tempat parkir yang luas sehingga membuat nasabah menjadi nyaman menggunakan jasa perbankan syariah.

Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Luthan Hazmi (2019) berjudul “Pengaruh Lokasi dan Pengetahuan Terhadap Minat Masyarakat Muslim Untuk Menggunakan Produk-Produk Bank Syariah.” Dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa lokasi memiliki pengaruh positif dan signifikansi terhadap minat menjadi nasabah di perbankan syariah. Dapat dilihat dari Uji T yang menunjukkan hasil $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $5,368 > 0,1986$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$.

2. Pengaruh Pengetahuan terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Jasa Perbankan Syariah .

Hasil penelitian menggambarkan bahwa tingkat pengetahuan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat ditunjukkan dengan nilai signifikan untuk pengaruh X_2 terhadap Y adalah sebesar $0,156 > 0,05$ dan nilai t_{hitung} sebesar $1,431 < t_{tabel} 1,98498$. Artinya variabel pengetahuan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan jasa perbankan syariah. H_0 diterima dan H_2 ditolak.

Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Ibnu Ngaziz (2020) berjudul “Pengaruh Pengetahuan Produk Bank Syariah Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pedagang Pasar Kutowinangun

Kabupaten Kebumen Dalam Memilih Produk Di Bank Syariah.” Dapat dilihat dari nilai signifikansi $0,348 > 0,05$. Yang berarti variabel pengetahuan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel keputusan pedagang Pasar Kutowaringin dalam memilih produk di bank syariah.

Pengetahuan tidak berpengaruh karena kurangnya pengetahuan masyarakat mengenai produk dan jasa bank syariah sudah dijalankan sesuai dengan prinsip syariah, masyarakat tidak mengetahui keberadaan lokasi dan jam operasional Bank Syariah, serta kurangnya pengetahuan masyarakat mengenai cara menggunakan ATM Bank Syariah. Hal tersebut dilihat dari hasil kuesioner yang menjawab tidak setuju pada variabel pengetahuan.

3. Pengaruh Religiusitas terhadap Minat Masyarakat Pegandon Menggunakan Jasa Perbankan Syariah.

Hasil variabel pengetahuan menggambarkan bahwa religiusitas berpengaruh positif dan signifikan. Dilihat dari koefisien regresi bertanda positif 0,253, nilai signifikansinya sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t_{hitung} sebesar 4,285 $> t_{tabel}$ 1, 98498 artinya variabel religiusitas berpengaruh terhadap minat menggunakan jasa perbankan syariah. H_0 ditolak dan H_3 diterima. Sehingga religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat Kecamatan Pegandon menggunakan jasa perbankan syariah.

Penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Fifi Afiyanti Triuspitorini 2020 yang berjudul “Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Mahasiswa Politeknik Negeri Bandung Untuk Menabung di Bank Syariah” yang mana nilai signifikansi setiap variabel independen berada di bawah 0,05. Variabel komitmen mempunyai nilai signifikansi 0,001 dan variabel nilai signifikansi 0,01. Maka dapat disimpulkan variabel komitmen dan kepribadian yang merupakan proksi dari religiusitas mempengaruhi minat menabung di bank syariah.

Religiusitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan jasa perbankan syariah karena masyarakat Pegandon sebagian penduduknya beragama Islam dengan adanya tempat ibadah sejumlah 185

buah, terdiri dari masjid sebanyak 23 buah serta musola sebanyak 162 buah. Dan kehidupan masyarakat Pegandon masih dipengaruhi oleh tradisi yang berbau agama Islam, seperti tadarus, pengajian, berjanji, tahlil, dan rutinan lainnya.

Dengan hasil ini diharapkan Bank Syariah mensosialisasikan produk atau jasanya dengan menjelaskan hukum atau ayat dalam al-Quran. Sehingga nasabah yang menggunakan produk bank syariah memiliki orientasi ibadah ketika menggunakan produk dan jasa perbankan syariah karena terhindar dari riba yang dilarang oleh agama.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari penelitian yang telah dianalisis mengenai pengaruh lokasi, pengetahuan, dan religiusitas terhadap minat menggunakan jasa perbankan syariah pada masyarakat Kecamatan Pegandon Kabupaten Kendal, diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil pengujian antara pengaruh lokasi terhadap minat menggunakan jasa perbankan syariah menyatakan bahwa koefisien regresi sebesar 0,232 mengarah pada positif dan signifikan dilihat dari besar nya nilai signifikan uji t-test yaitu $0,001 < 0,005$ dan nilai t_{hitung} sebesar $3,575 > t_{tabel} 1,98498$ sedangkan pengaruh yang diberikan variabel lokasi sebesar 31,9% dilihat pada nilai beta yaitu 0,319. Artinya lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat Kecamatan Pegandon menggunakan jasa perbankan syariah. Sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima.
2. Hasil pengujian antara pengaruh pengetahuan terhadap minat menggunakan jasa perbankan syariah menunjukkan bahwa nilai koefisien sebesar 0,132 serta besar nya nilai signifikansi $0,156 > 0,05$ dan nilai t_{hitung} sebesar $1,431 < t_{tabel} 1,98498$ sedangkan pengaruh yang diberikan pada variabel tingkat pengetahuan sebesar 13,4 % dilihat pada nilai beta yaitu 0,134. Dapat diartikan bahwa tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap minat menggunakan jasa perbankan syariah. Sehingga H_0 diterima dan H_2 ditolak.
3. Hasil pengujian antara pengaruh religiusitas terhadap minat menggunakan jasa perbankan syariah menunjukkan bahwa nilai koefisien sebesar 0,253 serta besarnya nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan nilai t_{hitung} sebesar $5,285 > t_{tabel} 1,98498$ sedangkan besar pengaruh yang diberikan pada variabel tingkat religiusitas sebesar 44,1% dilihat pada nilai beta yaitu 0,441. Dapat diartikan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan religiusitas masyarakat Kecamatan Pegandon terhadap minat menggunakan jasa perbankan syariah.

5.2 Saran

1. Peneliti selanjutnya diharapkan mengembangkan penelitian ini sebagai acuan untuk penelitian selanjutnya seperti menambahkan teori terbaru, metode, dan alat uji berbeda dengan objek penelitian yang lain. Diharapkan pada peneliti yang akan datang jumlah sample yang digunakan lebih banyak, maka hasil analisis penelitian yang didapatkan akan lebih akurat.
2. Untuk lembaga keuangan syariah perlu meningkatkan usaha sosialisasi dan edukasi kepada masyarakat sehingga harapannya dapat memberikan gambaran yang jelas sistem dan produk perbankan syariah bagi masyarakat yang awam dan belum begitu mengenal perbankan syariah.
3. Hasil penelitian yang dilakukan belum mencakup semua faktor yang mempengaruhi minat responden untuk menggunakan jasa perbankan syariah. Maka untuk itu, penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah variabel lain yang digunakan dalam penelitian ini. Karena masih banyak variabel lain yang mempengaruhi minat responden untuk menggunakan jasa perbankan syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, Icek, "From intentions to actions: A theory of planned behavior," *Action control*, 1985, 11–39
- Arif, M. Nur Rianto Al, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2010)
- Ascarya, *Akad & Produk Bank Syariah* (Depok: Rajawali Pers, 2008)
- Azwar, Saifuddin, *Metode Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009)
- Bambang Prasetya, Lina Miftahul Jannah, *Metode Penelitian Kuantitatif: Teori dan Aplikasi* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2010)
- Bayu, Dimas, "Sebanyak 86,9% Penduduk Indonesia Beragama Islam," *Dataindonesia.id*, 2022
<<https://dataindonesia.id/ragam/detail/sebanyak-869-penduduk-indonesia-beragama-islam>>
[diakses 19 Maret 2022]
- BPS Kabupaten Kendal, *Kecamatan Pegandon Dalam Angka, BPS Kabupaten Kendal* (Kendal: BPS Kabupaten Kendal, 2021)
<<https://kendalkab.bps.go.id/publication/2021/09/24/f714b8305950088e3fa16c65/kecamatan-pegandon-dalam-angka-2021.html>>
- "Data Jateng" <<https://data.jatengprov.go.id/>> [diakses 10 Maret 2022]
- Fandrinal, Budi Trianto, Muhammad Erwin Soaduan Pohan, "Analisa Persepsi Masyarakat Terhadap Bankm Syariah (Studi Kasus Di Nagari Pintu Padang Kecamatan Mapat Tunggul Kabupaten Pasaman)," 9.1 (2020), 38–53
- Fuadi, Nasrul Fahmi Zaki, "Implementasi Akad Al-Ijarah Al-Maushufah fi Al-Dzimmah sebagai Alternatif Pembiayaan di Lembaga Keuangan Syariah Indonesia," *Indonesian Journal of Islamic Literature and Muslim Society*, 4.2 (2019), 211–32
<<https://doi.org/10.22515/islimus.v4i2.1750>>
- Ghozali, Imam, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan IBM SPSS 23* (Semarang: Badan Penerbitan Universitas Diponegoro, 2016)

- Hurriyati, Ratih, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen* (Bandung: Alfabeta, 2015)
- Ismail, *Perbankan Syariah* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2016)
- Jahja, Yudrik, *Psikologi Perkembangan* (Jakarta: Kencana, 2011)
- Jalaluddin, *Filsafat Ilmu Pengetahuan*, 1 ed. (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2013)
- Judono, Broto, “Pengaruh Pemahaman Rasional Pembiayaan Syariah dan Religiusitas Petani Terhadap Sikap Petani dalam Memilih Bank Syariah,” 45–50
- Kasmir, *Dasar-Dasar Perbankan* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004)
- , *Pemasaran Bank*, 4 ed. (Jakarta: Kencana, 2010)
- Kbbi.kemdikbud.go.id, “Hasil Pencarian - KBBI Daring,” *kbbi.kemdikbud.go.id*
<<https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/Pengetahuan>> [diakses 20 Maret 2022]
- Lester D. Crow, Alice Crow, *Psikologi Pendidikan* (Surabaya: Bina Ilmu, 1980)
- Mappiare, Andi, *Psikologi Remaja* (Surabaya: Usaha Nasional, 1982)
- Martono, Nanang, *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2016)
- Mas, Ahmad, Muhammad Ihsan Hamdy, dan Mila Dinda Safira, “Analisa Strategi Marketing Mix Menggunakan Konsep 4 P (Price, Product, Place, Promotion) Pada PT Haluan Riau,” *Jurnal Hasil Penelitian dan Karya Ilmiah dalam Bidang Teknik Industri*, 5.2 (2019), 79–86
- Masum, Saiful, “Mengenal Ponpes An Nur Kersan Kendal, Berdiri pada 1884, Tetap Pertahankan Metode Pengajaran Salaf,” *tribunnews*, 2021
<<https://pantura.tribunnews.com/amp/2021/04/25/mengenal-ponpes-an-nur-kersan-kendal-berdiri-pada-1884-tetap-pertahankan-metode-pengajaran-salaf?page=3>>
- Mujaddid, Fajar, dan Pandu Tezar Adi Nugroho, “Pengaruh pengetahuan, reputasi, lingkungan dan religiusitas terhadap minat pelajar Sekolah Menengah Kejuruan prodi perbankan Syariah dalam menabung di bank Syariah,” *Jurnal Ekonomi Islam*, 10.1 (2019), 14–37

- Mujibatun, Siti, “Prospek Ekonomi Syariah Melalui Produk Mudarabah dalam Memperkuat Sektor Riil,” IV, 141–55
- Muri Yusuf, A, *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif dan Penelitian Gabungan* (Jakarta: Kencana, 2017)
- Nawari, *Analisis Statistik dengan MS Excel 2007 dan SPSS 17*, ed. oleh Teguh Wahyono (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2010)
- Nazir, Moh, *Metode Penelitian* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2009)
- Nuraeni, Ricky Yuliardi dan Zuli, *Statistika Penelitian Plus Tutorial SPSS* (Yogyakarta: Innosain, 2017)
- “Perbankan Syariah,” *ojk.go.id* <<https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/tentang-syariah/Pages/Perbankan-Syariah.aspx>> [diakses 10 Maret 2022]
- Philip Kotler, Gary Armstrong, *Principles of Marketing*, 2021
- Poluan, Firna M. A, “Strategi Marketing Mix Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Pada Minuman Kesehatan Instant Alvero),” *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 7.3 (2019), 2969–78
- Putranto, Dhian Adi, “Siapa Sangka, Kerupuk Rambak Asal Kendal ini Ternyata Digemari Masyarakat Internasional,” *jateng.tribunnews.com*, 2018
<<https://jateng.tribunnews.com/amp/2018/07/04/siapa-sangka-kerupuk-rambak-asal-kendal-ini-ternyata-digemari-masyarakat-internasional?page=2>> [diakses 1 April 2022]
- Rachmawati, Afrian, Gusti Oka Widana, Program Pascasarjana, dan Keuangan Syariah, “Pengaruh Consumer Knowledge, Brand Image, Religiusitas, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada Bank Syariah,” *Liquidity*, 8.2 (2019), 111–23
- Sholeh, Rahmawati Deylla Handida dan Maimun, “Pengaruh Tingkat Pengetahuan, Kualitas Layanan, dan Tingkat Literasi Keuangan Syariah Terhadap Pengambilan Keputusan Masyarakat Muslim Menggunakan Produk Perbankan Syariah Di Daerah Istimewa Yogyakarta,” *Jurnal Ekonomi dan Pendidikan*, 14.1 (2018), 84–90

- Simatupang, H Bachtiar, Universitas Islam, dan Sumatera Utara, “Peranan Perbankan dalam Meningkatkan Perekonomian,” *Jurnal Riset Akuntansi Multiparadigma (JRAM)*, 6.2 (2019), 136–46
- Siti Raihana, Riza Aulia Azhary, “Peran Religiusitas dalam Penerimaan Orangtua Anak Berkebutuhan Khusus,” *2nd Psycology & Humanity*, 2020, 772–75
<<http://dx.doi.org/10.29313/.v6i2.24423>>
- Stark, Glock &, “American Piety: The Nature of Religious Commitment,” 1967
<<http://library.lol/main/9E79E3BBF1BCE28B411C101589F72BC7>>
- “Statistik Perbankan Syariah”
- Sugiyono, *Metode Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2001)
- , *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2016)
- Sujanto, Agus, *Psikologi Umum* (Jakarta: Aksara Baru, 2006)
- Sumarwan, Ujang, *Perilaku Konsumen*, ed. oleh Risman Sikumbang, 2 ed. (Bogor: Ghalia Indonesia, 2015)
- Sunarto, Riduan dan, *Pengantar Statistika untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2014)
- Supranto, J., *Statistik Teori dan Aplikasi* (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2008)
- Susanto, Ahmad, *Teori Belajar dan Pembelajaran di Sekolah Dasar* (Jakarta: Kencana Prenadamedia, 2013)
- Triuspitorini, Fifi Afianti, “Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Mahasiswa Politeknik Negeri Bandung Untuk Menabung di Bank Syariah,” *Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 4.2 (2019), 54–69 <<http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/Maqasid>>
- Usman, Hardius, “The Role of Religious Norms On Selecting The Islamic Bank,” *Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah*, 7.1 (2015), 31–44 <<https://doi.org/10.15408/aiq.v7i1.1356>>
- Wahjono, Sentot Imam, *Manajemen Pemasaran Bank* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013)

LAMPIRAN

Lampiran 1

KUESIONER PENELITIAN

A. Pengantar

Perkenalkan saya Nisfa Wahyu Riyani, jurusan S1 Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang sedang melakukan penelitian untuk menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Lokasi, Pengetahuan, Dan Religiusitas Terhadap Minat Menggunakan Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus Masyarakat Kecamatan Pegandon Kabupaten Kendal)”**. Dengan ini saya mohon bantuan saudara/ I sebagai responden dalam penelitian ini. Untuk kesediaan saudara/I mengisi angket di bawah ini, saya ucapkan terima kasih.

B. Profil Responden

1. Nama :
2. Jenis Kelamin
 - a. Laki – laki
 - b. Perempuan
3. Umur
 - a. < 25
 - b. 25 – 35
 - c. 36 – 55
 - d. > 55
4. Pendidikan Terakhir
 - a. SD
 - b. SMP
 - c. SMA
 - d. Diploma
 - e. S1
 - f. S2
 - g. S3
5. Pekerjaan
 - a. Mahasiswa/ Pelajar
 - b. PNS
 - c. Wiraswasta
 - d. Pegawai Swasta

6. Penghasilan
 - a. < 2 Juta
 - b. 2 – 5 Juta
 - c. 6 – 10 Juta
 - d. 11 – 15 Juta
 - e. > 15 Juta

C. Petunjuk Pengisian Kuesioner

Berilah tanda (√) pada pertanyaan/ pernyataan berikut. Keterangan untuk skala dalam kuesioner, yaitu:

1. Sangat Tidak Setuju (STS)
2. Tidak Setuju (TS)
3. Netral (Ragu-Ragu)
4. Setuju (S)
5. Sangat Setuju (ST)

Variabel Lokasi (X1)

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Bank syariah berada di lokasi yang mudah dijangkau oleh kendaraan pribadi atau transportasi umum					
2	Bank Syariah berada di tepi jalan sehingga mudah dilihat					
3	Bank syariah berada di lokasi yang lalu lintas ramai lancar					
4	Bank syariah memiliki tempat parkir yang luas dan aman					

Variabel Pengetahuan (X2)

No.	Pernyataan/ Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1.	Saya mengetahui bahwa produk dan jasa bank syariah dijalankan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah					
2.	Saya mengetahui lokasi dan jam operasional Bank Syariah					
3.	Saya mengetahui cara menggunakan ATM, cara transfer hingga menggunakan mobile banking karena adanya media sosial maupun internet.					

Variabel Religiusitas (X3)

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Saya meyakini Allah maha mengetahui segala transaksi yang dilakukan					
2	Saya mengetahui hukum-hukum Islam (Riba)					
3	Saya memahami kaidah-kaidah bermuamalah					
4	Saya mengetahui isi Al Quran, pokok-pokok ajaran yang harus diimani dan dilaksanakan					
5	Saya meyakini aturan syariah (Islam) harus diterapkan					

Minat (Y)

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Saya ingin menggunakan bank syariah karena keinginan sendiri					
2	Saya ingin menggunakan bank syariah karena mendapatkan perhatian dari orang lain					
3	Saya ingin menggunakan bank syariah karena ingin terhindar dari riba					

Lampiran 2. Identitas Responden

Identitas Responden

No	Nama	Jenis Kelamin	Umur	Pendidikan	Pekerjaan	Penghasilan
1	Khakim	Laki-laki	25 - 35	Diploma	PNS	2 - 5 Juta
2	Gebi	Perempuan	26 - 35	S1	Wiraswasta	< 2 Juta
3	Riyadho	Laki-laki	36 - 55	SMA	Wiraswasta	2 -5 Juta
4	Juwarni	Perempuan	36 - 55	SMP	Wiraswasta	< 2 Juta
5	Ella	Perempuan	< 25	SMA	Mahasiswa/ Pelajar	< 2 Juta
6	Putri	Perempuan	< 26	S1	Pegawai Swasta	2 - 5 Juta
7	Desi	Perempuan	25 - 35	SMA	Wiraswasta	6 - 10 Juta
8	Kasnadi	Laki-laki	> 55	SMP	Wiraswasta	< 2 Juta
9	Azroi	Laki-laki	36 - 55	SMA	Wiraswasta	2 -5 Juta
10	Dul Wahid	Laki-laki	36 - 55	SMA	Wiraswasta	2 -5 Juta
11	Nur Eksan	Laki-laki	36 - 55	SMA	Wiraswasta	6 - 10 Juta
12	Yati	Perempuan	36 - 55	SMA	Wiraswasta	6- 10 Juta
13	Harmin	Perempuan	36 - 55	SMP	Wiraswasta	< 2 Juta
14	Maimun	Perempuan	> 55	SMA	Wiraswasta	< 2 Juta
15	Khusnul	Perempuan	25 - 35	SMA	Wiraswasta	6 - 10 Juta
16	Meli	Perempuan	< 25	SMA	Wiraswasta	2 - 5 Juta
17	Sihah	Perempuan	< 25	SMA	Pegawai Swasta	2 - 5 Juta
18	Selfin	Perempuan	< 25	SMA	Mahasiswa/ Pelajar	< 2 Juta
19	Bintang	Perempuan	< 25	SMA	Mahasiswa/ Pelajar	< 2 Juta
20	Dian	Perempuan	< 25	S1	Mahasiswa/ Pelajar	< 2 Juta
21	Lita	Perempuan	25 - 35	S2	Pegawai Swasta	6 - 10 Juta
22	Dini	Perempuan	< 25	SMA	Mahasiswa/ Pelajar	< 2 Juta
23	Bambang	Laki-laki	25 - 35	Diploma	Mahasiswa/ Pelajar	2 - 5 Juta
24	Ratna	Perempuan	< 25	S1	Wiraswasta	< 2 Juta
25	Ayu	Perempuan	25 - 35	Diploma	Pns	2 - 5 Juta
26	Handoko	Laki-laki	36 - 55	SMA	Wiraswasta	< 2 Juta
27	Kartika	Perempuan	36 - 55	SMA	Wiraswasta	< 2 Juta
28	Irfan	Laki-laki	25 - 35	SMA	Wiraswasta	2 - 5 Juta
29	Sunayak	Laki-laki	> 55	SMA	Wiraswasta	11 - 15 Juta
30	Subur	Laki-laki	36 - 55	S1	PNS	6 - 10 Juta

No	Nama	Jenis Kelamin	Umur	Pendidikan	Pekerjaan	Penghasilan
31	Fatina	Perempuan	< 25	SMA	Mahasiswa/ Pelajar	< 2 Juta
32	Nafi	Perempuan	< 25	SMA	Mahasiswa/ Pelajar	< 2 Juta
33	Vina	Perempuan	< 25	SMA	Pegawai Swasta	2 - 5 Juta
34	Sania	Perempuan	< 25	SMA	Mahasiswa/ Pelajar	< 2 Juta
35	Elisa	Perempuan	< 25	SMA	Pegawai Swasta	< 2 Juta
36	Lut	Perempuan	< 25	SMA	Pegawai Swasta	2 - 5 Juta
37	Devi	Perempuan	< 25	SMA	Pegawai Swasta	2 - 5 Juta
38	Nela	Perempuan	< 25	S1	Wiraswasta	2 - 5 Juta
39	Pratika	Perempuan	< 25	S1	Wiraswasta	2 - 5 Juta
40	Gigih	Laki-laki	< 25	S1	Wiraswasta	2 - 5 Juta
41	Daffa	Laki-laki	< 25	S1	Wiraswasta	2 - 5 Juta
42	Udin	Laki-laki	< 25	SMA	Wiraswasta	2 - 5 Juta
43	Sandy	Laki-laki	< 25	S1	Pegawai Swasta	2 - 5 Juta
44	Hery	Laki-laki	< 25	SMA	Pegawai Swasta	2 - 5 Juta
45	Ardhana	Laki-laki	< 25	Diploma	Pegawai Swasta	2 - 5 Juta
46	Irgy	Laki-laki	< 25	SMA	PNS	2 - 5 Juta
47	Topek	Laki-laki	< 25	S1	Pegawai Swasta	2 - 5 Juta
48	Endri	Laki-laki	< 25	SMA	Pegawai Swasta	2 - 5 Juta
49	Faqih	Laki-laki	< 25	Diploma	PNS	2 - 5 Juta
50	Ari	Laki-laki	< 25	SMA	Pegawai Swasta	2 - 5 Juta
51	Umy	Perempuan	36 - 55	S1	PNS	6 - 10 Juta
52	Jumali	Laki-laki	36 - 55	S2	PNS	6 - 10 Juta
53	Indah	Perempuan	36 - 55	S2	PNS	6 - 10 Juta
54	Junaedi	Laki-laki	36 - 55	SMA	Wiraswasta	2 - 5 Juta
55	Dinda	Perempuan	< 25	SMA	Mahasiswa/ Pelajar	< 2 Juta
56	Adit	Laki-laki	< 25	SMA	Mahasiswa/ Pelajar	< 2 Juta
57	Rikat	Laki-laki	36 - 55	SMA	Wiraswasta	2 - 5 Juta
58	Juwariyah	Perempuan	36 - 55	SMP	Wiraswasta	< 2 Juta
59	Nudia	Perempuan	36 - 55	S1	PNS	6 - 10 Juta
60	Istijabatun	Perempuan	36 - 55	S2	PNS	6 - 10 Juta
61	Sri	Perempuan	36 - 55	S2	PNS	6 - 10 Juta
62	Wiku Yuni	Laki-laki	25 - 35	S1	PNS	2 - 5 Juta
63	Taufik	Laki-laki	36 - 55	S1	PNS	2 - 5 Juta
64	Suci	Perempuan	36 - 55	S1	PNS	2 - 5 Juta
65	Varis	Laki-laki	25 - 35	S1	Pegawai Swasta	2 - 5 Juta

No	Nama	Jenis Kelamin	Umur	Pendidikan	Pekerjaan	Penghasilan
66	Indah	Perempuan	25- 35	S1	Pegawai Swasta	2 - 5 Juta
67	Aska	Laki-laki	< 25	SMA	Mahasiswa/ Pelajar	< 25 Juta
68	Upi	Laki-laki	< 25	S1	Wiraswasta	2 - 5 Juta
69	Izul	Laki-laki	25 - 35	S1	Pegawai Swasta	2 - 5 Juta
70	Adinda	Perempuan	25 - 35	Diploma	PNS	< 2 Juta
71	Nisa	Perempuan	25 - 35	S1	PNS	2 - 5 Juta
72	Nur	Perempuan	36 - 55	S1	PNS	2- 5Juta
73	Gik	Laki-laki	36 - 55	S2	PNS	2- 5 Juta
74	Komarudin	Laki-laki	36 - 55	S1	Pegawai Swasta	6 - 10 Juta
75	Dina Navi	Perempuan	25 - 35	S1	Pegawai Swasta	2 - 5 Juta
76	Latifah	Perempuan	25 -35	S1	PNS	2 - 5 Juta
77	Latif	Laki-laki	< 25	SMA	Mahasiswa/ Pelajar	< 2 Juta
78	Nur Janah	Perempuan	36- 55	S2	PNS	6 - 10 Juta
79	Haniv	Perempuan	< 25	SMA	Mahasiswa/ Pelajar	< 2 Juta
80	Kastowo	Laki-laki	36 - 55	SMA	Wiraswasta	< 2 Juta
81	Kaswan	Laki-laki	> 55	SMA	Wiraswasta	< 2 Juta
82	Cinu	Laki-laki	< 25	S1	Pegawai Swasta	< 2 Juta
83	Fadli	Laki-laki	< 25	SMA	Wiraswasta	< 2 Juta
84	David	Laki-laki	< 25	SMA	Mahasiswa/ Pelajar	< 2 Juta
85	Mastur	Laki-laki	36 - 55	SMA	Wiraswasta	2 - 5 Juta
86	Mujinem	Perempuan	36- 55	SMA	Wiraswasta	< 2 Juta
87	Alfi	Perempuan	36 - 55	SMA	Wiraswasta	< 2 Juta
88	Ririn	Perempuan	36 - 55	S1	PNS	2 - 5 Juta
89	Partono	Laki-laki	36 - 55	S1	PNS	2 - 5 Juta
90	Joko	Laki-laki	36 - 55	S1	PNS	6 - 10 Juta
91	Lala	Perempuan	< 25	Diploma	Wiraswasta	< 2 Juta
92	Lisa	Perempuan	< 25	S1	Wiraswasta	< 2 Juta
93	Fela	Perempuan	< 25	SMA	Mahasiswa/ Pelajar	< 2 Juta
94	Eko	Laki-laki	36 -55	S1	Pegawai Swasta	2 - 5 Juta
95	Wisnu	Laki-laki	36 - 55	S1	Pegawai Swasta	6- 10 Juta
96	Linda	Perempuan	36 - 55	S1	Pegawai Swasta	2 - 5 Juta
97	Amir	Laki-laki	< 25	SMA	Mahasiswa/ Pelajar	< 2 Juta
98	Sutikno	Laki-laki	36 - 55	Diploma	PNS	2 - 5 Juta
99	Maftukin	Laki-laki	36 - 55	S1	PNS	2 - 5 Juta
100	Dika	Laki-laki	27 - 35	Diploma	PNS	3 - 5 Juta

Lampiran 3. Tabulasi Data Responden

Tabulasi Data Responden

NO	X1 LOKASI				$\Sigma X1$	X2 PENGETAHUAN			$\Sigma X2$
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4		X2.1	X2.2	X2.3	
1	3	4	4	4	15	4	4	4	12
2	4	5	4	4	17	4	4	5	13
3	4	4	5	4	17	5	4	4	13
4	3	3	4	4	14	3	3	4	10
5	5	4	4	4	17	4	5	4	13
6	5	5	4	4	18	4	5	5	14
7	4	4	4	4	16	4	4	4	12
8	4	5	4	5	18	5	4	4	13
9	3	4	4	3	14	4	3	4	11
10	4	4	4	4	16	4	5	5	14
11	4	4	4	4	16	4	5	4	13
12	4	4	4	4	16	5	4	4	13
13	3	2	2	3	10	3	4	3	10
14	5	4	4	4	17	4	4	4	12
15	4	5	5	5	19	4	5	4	13
16	5	4	4	5	18	4	4	4	12
17	5	5	5	5	20	5	5	5	15
18	5	5	4	4	18	5	4	5	14
19	4	4	4	4	16	4	5	5	14
20	4	5	4	5	18	4	4	4	12
21	4	1	2	3	10	4	4	5	13
22	4	3	3	2	12	3	4	2	9
23	4	4	4	4	16	4	4	5	13
24	4	5	5	5	19	4	5	4	13
25	4	4	4	5	17	4	5	4	13
26	5	5	5	5	20	5	4	5	14
27	4	4	4	4	16	4	4	4	12
28	3	1	2	3	9	3	3	3	9
29	4	4	4	4	16	4	4	5	13
30	4	4	5	4	17	4	5	4	13
31	5	5	4	4	18	4	5	5	14
32	4	4	4	4	16	4	5	4	13
33	4	5	4	5	18	5	4	4	13

NO	X1 LOKASI				$\Sigma X1$	X2 PENGETAHUAN			$\Sigma X2$
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4		X2.1	X2.2	X2.3	
34	3	4	3	2	12	4	2	3	9
35	3	3	4	2	12	3	4	4	11
36	4	5	5	4	18	4	5	4	13
37	4	4	4	4	16	4	4	4	12
38	5	4	4	5	18	5	5	5	15
39	5	4	4	4	17	4	5	5	14
40	1	3	3	3	10	3	4	3	10
41	4	3	4	3	14	3	4	4	11
42	4	5	4	5	18	4	4	5	13
43	3	4	4	4	15	5	4	5	14
44	3	3	2	3	11	2	2	1	5
45	4	4	4	4	16	4	5	4	13
46	4	5	5	5	19	4	5	4	13
47	4	4	4	5	17	5	4	5	14
48	5	5	5	5	20	4	4	4	12
49	4	4	4	4	16	4	4	5	13
50	3	3	4	3	13	3	4	3	10
51	4	4	4	4	16	4	4	5	13
52	4	4	4	4	16	4	4	4	12
53	4	4	3	3	14	3	3	4	10
54	4	4	4	4	16	4	4	4	12
55	5	4	4	4	17	5	4	4	13
56	5	5	4	4	18	4	4	4	12
57	4	4	4	4	16	4	5	5	14
58	4	5	4	5	18	4	5	4	13
59	5	4	4	5	18	5	4	4	13
60	4	4	4	4	16	4	5	5	14
61	3	3	4	4	14	3	4	4	11
62	5	4	4	5	18	4	5	4	13
63	5	4	4	4	17	4	4	4	12
64	4	5	5	5	19	5	5	5	15
65	4	4	4	4	16	4	5	5	14
66	3	3	4	4	14	3	3	3	9
67	5	4	4	4	17	4	5	4	13
68	5	4	4	4	17	4	4	5	13
69	5	5	4	4	18	5	4	5	14
70	4	4	4	4	16	4	4	5	13
71	4	5	4	5	18	4	5	5	14

NO	X1 LOKASI				$\Sigma X1$	X2 PENGETAHUAN			$\Sigma X2$
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4		X2.1	X2.2	X2.3	
72	3	4	3	2	12	4	4	3	11
73	4	4	4	4	16	5	4	5	14
74	4	4	4	4	16	4	4	4	12
75	4	4	4	4	16	4	4	5	13
76	5	4	4	5	18	3	2	3	8
77	5	4	4	4	17	4	4	5	13
78	4	5	5	5	19	4	4	4	12
79	2	4	4	3	13	3	3	4	10
80	5	5	5	5	20	4	4	4	12
81	5	5	4	4	18	5	4	4	13
82	4	4	4	4	16	4	5	4	13
83	4	5	4	5	18	4	4	5	13
84	5	4	4	4	17	4	5	4	13
85	4	4	4	4	16	4	4	5	13
86	5	5	5	4	19	4	4	4	12
87	5	4	4	4	17	3	3	4	10
88	5	4	4	4	17	4	4	4	12
89	4	5	5	5	19	5	4	4	13
90	3	3	2	1	9	1	1	2	4
91	4	5	4	5	18	4	5	5	14
92	5	4	4	4	17	4	5	4	13
93	5	4	4	5	18	5	4	4	13
94	5	5	5	5	20	4	5	5	14
95	5	5	4	4	18	5	5	4	14
96	4	3	3	4	14	4	3	2	9
97	4	5	4	5	18	4	4	4	12
98	5	4	4	4	17	5	5	5	15
99	4	4	4	4	16	4	5	5	14
100	2	2	3	2	9	4	3	3	10

NO	X3 RELIGIUSITAS					$\Sigma X1$	Y MINAT			ΣY
	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5		Y.1	Y.2	Y.3	
1	5	4	5	1	5	20	4	4	4	12
2	4	4	4	5	4	21	4	4	4	12
3	4	5	4	5	4	22	4	4	4	12
4	3	4	2	2	3	14	4	3	3	10
5	4	4	4	4	4	20	4	4	4	12
6	4	4	4	5	5	22	4	5	4	13
7	5	4	4	4	4	21	4	4	5	13
8	4	5	5	4	4	22	4	5	4	13
9	4	4	3	3	4	18	2	3	2	7
10	5	4	4	4	5	22	5	4	5	14
11	4	5	4	4	4	21	4	4	4	12
12	4	5	5	4	4	22	4	5	5	14
13	3	3	2	3	3	14	4	3	3	10
14	4	5	5	5	4	23	4	5	5	14
15	4	5	4	4	5	22	4	4	5	13
16	4	5	4	5	5	23	5	5	4	14
17	5	4	4	4	5	22	4	4	5	13
18	4	4	4	4	4	20	4	4	4	12
19	4	5	4	4	5	22	4	5	4	13
20	4	4	4	4	4	20	5	5	4	14
21	4	4	3	3	3	17	4	3	4	11
22	2	2	3	3	3	13	3	3	2	8
23	5	5	5	4	5	24	4	4	4	12
24	4	4	4	4	4	20	5	4	5	14
25	4	4	5	5	4	22	5	4	4	13
26	4	4	4	5	5	22	4	5	4	13
27	4	4	4	4	4	20	4	5	5	14
28	3	2	3	3	3	14	1	3	2	6
29	4	5	4	4	5	22	5	4	5	14
30	4	5	5	4	5	23	4	4	5	13
31	5	5	5	5	4	24	4	4	4	12
32	4	5	4	5	4	22	4	4	4	12
33	4	4	4	4	4	20	4	4	4	12
34	2	3	3	4	4	16	3	4	3	10
35	3	3	2	3	3	14	2	3	3	8
36	5	4	4	4	4	21	4	5	4	13
37	4	5	5	4	4	22	4	4	5	13
38	4	4	5	5	4	22	4	5	4	13

NO	X3 RELIGIUSITAS					$\Sigma X1$	Y MINAT			ΣY
	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5		Y.1	Y.2	Y.3	
39	3	4	3	4	3	17	4	4	4	12
40	3	3	4	4	4	18	4	4	3	11
41	4	3	3	3	4	17	3	3	4	10
42	4	4	5	4	4	21	4	5	5	14
43	4	5	5	5	4	23	5	5	5	15
44	3	1	1	3	2	10	4	3	3	10
45	4	4	4	5	4	21	4	4	5	13
46	5	4	4	4	5	22	5	5	4	14
47	4	4	4	4	4	20	4	4	5	13
48	4	5	4	4	5	22	4	4	4	12
49	4	5	4	4	4	21	4	4	4	12
50	4	3	3	3	4	17	3	4	3	10
51	4	4	2	3	4	17	4	4	4	12
52	4	5	5	5	4	23	4	5	4	13
53	4	3	3	4	4	18	3	4	3	10
54	4	4	4	5	5	22	4	4	5	13
55	5	5	4	5	5	24	5	4	5	14
56	4	4	4	4	4	20	5	4	4	13
57	4	5	4	4	5	22	4	4	4	12
58	4	4	4	4	4	20	4	4	4	12
59	4	5	4	4	4	21	5	4	5	14
60	5	4	5	5	5	24	4	4	4	12
61	3	3	3	3	4	16	4	3	4	11
62	4	4	4	4	4	20	5	5	5	15
63	4	5	5	4	4	22	4	4	4	12
64	4	4	4	5	5	22	4	5	5	14
65	4	4	4	4	4	20	5	5	4	14
66	4	3	2	2	2	13	3	3	4	10
67	4	5	4	4	5	22	4	4	4	12
68	4	5	5	4	5	23	4	4	5	13
69	5	5	5	5	4	24	5	5	4	14
70	4	5	4	5	4	22	5	4	4	13
71	5	4	5	4	5	23	5	4	5	14
72	3	4	3	3	2	15	3	2	3	8
73	4	4	4	5	5	22	5	4	5	14
74	5	4	4	4	4	21	4	4	4	12
75	4	5	5	4	4	22	4	5	4	13
76	4	4	5	5	4	22	4	4	5	13
77	4	4	5	5	5	23	5	5	5	15

NO	X3 RELIGIUSITAS					$\Sigma X1$	Y MINAT			ΣY
	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5		Y.1	Y.2	Y.3	
78	4	5	4	4	4	21	5	4	4	13
79	3	3	3	3	4	16	3	4	3	10
80	4	4	2	3	4	17	4	4	4	12
81	4	5	5	5	4	23	4	4	4	12
82	5	5	5	5	4	24	4	4	4	12
83	4	5	4	5	4	22	5	5	4	14
84	4	4	4	4	4	20	4	4	4	12
85	4	4	4	4	4	20	4	5	4	13
86	4	4	4	4	5	21	4	4	5	13
87	3	4	3	4	4	18	3	3	4	10
88	4	5	5	4	4	22	4	4	4	12
89	4	4	5	5	4	22	5	4	5	14
90	3	2	2	1	2	10	3	2	2	7
91	4	5	4	4	4	21	4	5	5	14
92	4	5	5	5	4	23	5	5	5	15
93	4	4	4	5	4	21	4	4	4	12
94	4	5	5	5	4	23	4	4	5	13
95	4	5	4	4	5	22	5	5	4	14
96	3	3	2	2	2	12	3	4	3	10
97	5	4	4	5	5	23	4	4	4	12
98	4	4	4	4	4	20	4	4	4	12
99	4	5	4	4	5	22	4	5	5	14
100	3	2	3	3	2	13	3	2	3	8

Lampiran 4. Presentase Karakteristik Responden

a. Jenis Kelamin

Jenis Kelamin					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	48	48.0	48.0	48.0
	Perempuan	52	52.0	52.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

b. Umur Responden

Umur Responden					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<25	41	41.0	41.0	41.0
	25-30	20	20.0	20.0	61.0
	36-55	35	35.0	35.0	96.0
	>55	4	4.0	4.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

c. Pendidikan Terakhir Responden

Pendidikan Terakhir					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMP	3	3.0	3.0	3.0
	SMA	47	47.0	47.0	50.0
	DIPLOMA	9	9.0	9.0	59.0
	S1	36	36.0	36.0	95.0
	S2	5	5.0	5.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

d. Pekerjaan Responden

Pekerjaan Responden					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Mahasiswa/ Pelajar	17	17.0	17.0	17.0
	PNS	25	25.0	25.0	42.0
	Wiraswasta	35	35.0	35.0	77.0
	Pegawai Swasta	23	23.0	23.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

e. Penghasilan Responden

Penghasilan Responden					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 2 Juta	35	35.0	35.0	35.0
	2-5 Juta	48	48.0	48.0	83.0
	6-10 Juta	16	16.0	16.0	99.0
	11-15 Juta	1	1.0	1.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Crosstab Karkteristik Responden dengan Variabel Y

a. Jenis Kelamin dengan Minat

Jenis Kelamin * Minat Menggunakan Jasa Perbankan Syariah Crosstabulation

			Minat Menggunakan Jasa Perbankan Syariah			Total
			Tinggi	Sedang	Rendah	
Jenis Kelamin	Laki-Laki	Count	25	20	3	48
		% of	25.0%	20.0%	3.0%	48.0%
		Total				
	Perempuan	Count	26	26	0	52
		% of	26.0%	26.0%	0.0%	52.0%
		Total				
Total		Count	51	46	3	100
		% of	51.0%	46.0%	3.0%	100.0%
		Total				

b. Umur dengan Minat

Umur Responden * Minat Menggunakan Jasa Perbankan Syariah Crosstabulation

			Minat Menggunakan Jasa Perbankan Syariah			Total
			Tinggi	Sedang	Rendah	
Umur Responden	<25	Count	21	20	0	41
		% of Total	21.0%	20.0%	0.0%	41.0%
	25-30	Count	11	8	1	20
		% of Total	11.0%	8.0%	1.0%	20.0%
	36-55	Count	16	17	2	35
		% of Total	16.0%	17.0%	2.0%	35.0%
	>55	Count	3	1	0	4
		% of Total	3.0%	1.0%	0.0%	4.0%
Total	Count	51	46	3	100	
	% of Total	51.0%	46.0%	3.0%	100.0%	

c. Pendidikan dengan Minat

Pendidikan Terakhir * Minat Menggunakan Jasa Perbankan Syariah Crosstabulation						
			Minat Menggunakan Jasa Perbankan Syariah			Total
			Tinggi	Sedang	Rendah	
Pendidikan Terakhir	SMP	Count	1	2	0	3
		% of	1.0%	2.0%	0.0%	3.0%
		Total				
	SMA	Count	22	23	2	47
		% of	22.0%	23.0%	2.0%	47.0%
		Total				
	DIPLOMA	Count	5	4	0	9
		% of	5.0%	4.0%	0.0%	9.0%
		Total				
	S1	Count	20	15	1	36
		% of	20.0%	15.0%	1.0%	36.0%
		Total				
S2	Count	3	2	0	5	
	% of	3.0%	2.0%	0.0%	5.0%	
	Total					
Total		Count	51	46	3	100
		% of	51.0%	46.0%	3.0%	100.0%
		Total				

d. Pekerjaan dengan Minat

Pekerjaan Responden * Minat Menggunakan Jasa Perbankan Syariah Crosstabulation						
			Minat Menggunakan Jasa Perbankan Syariah			Total
			Tinggi	Sedang	Rendah	
Pekerjaan Responden	Mahasiswa/ Pelajar	Count	5	12	0	17
		% of Total	5.0%	12.0%	0.0%	17.0%
	PNS	Count	14	10	1	25
		% of Total	14.0%	10.0%	1.0%	25.0%
	Wiraswasta	Count	20	13	2	35
		% of Total	20.0%	13.0%	2.0%	35.0%
	Pegawai Swasta	Count	12	11	0	23
		% of Total	12.0%	11.0%	0.0%	23.0%

Total	Count	51	46	3	100
	% of Total	51.0%	46.0%	3.0%	100.0%

e. Penghasilan dengan Minat

Penghasilan Responden * Minat Menggunakan Jasa Perbankan Syariah Crosstabulation

			Minat Menggunakan Jasa Perbankan Syariah			Total
			Tinggi	Sedang	Rendah	
Penghasilan Responden	< 2 Juta	Count	15	20	0	35
		% of Total	15.0%	20.0%	0.0%	35.0%
	2-5 Juta	Count	27	19	2	48
		% of Total	27.0%	19.0%	2.0%	48.0%
	6-10 Juta	Count	8	7	1	16
		% of Total	8.0%	7.0%	1.0%	16.0%
	11-15 Juta	Count	1	0	0	1
		% of Total	1.0%	0.0%	0.0%	1.0%
Total	Count	51	46	3	100	
	% of Total	51.0%	46.0%	3.0%	100.0%	

Lampiran 5. Hasil Uji Validitas

a. Uji Validitas Lokasi

		Correlations				
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.TOTAL
X1.1	Pearson Correlation	1	.329	.233	.414*	.725**
	Sig. (2-tailed)		.075	.216	.023	.000
	N	30	30	30	30	30
X1.2	Pearson Correlation	.329	1	.599**	.511**	.771**
	Sig. (2-tailed)	.075		.000	.004	.000
	N	30	30	30	30	30
X1.3	Pearson Correlation	.233	.599**	1	.562**	.715**
	Sig. (2-tailed)	.216	.000		.001	.000
	N	30	30	30	30	30
X1.4	Pearson Correlation	.414*	.511**	.562**	1	.816**
	Sig. (2-tailed)	.023	.004	.001		.000
	N	30	30	30	30	30
X1.TOTAL	Pearson Correlation	.725**	.771**	.715**	.816**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30

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

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

b. Uji Validitas Pengetahuan

		Correlations			
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.TOTAL
X2.1	Pearson Correlation	1	.495**	.484**	.797**
	Sig. (2-tailed)		.005	.007	.000
	N	30	30	30	30
X2.2	Pearson Correlation	.495**	1	.479**	.836**
	Sig. (2-tailed)	.005		.007	.000
	N	30	30	30	30
X2.3	Pearson Correlation	.484**	.479**	1	.797**
	Sig. (2-tailed)	.007	.007		.000
	N	30	30	30	30
X2.TOTAL	Pearson Correlation	.797**	.836**	.797**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30

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

c. Uji Validitas Religiusitas

		Correlations					
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X.TOTAL
X3.1	Pearson Correlation	1	.327	.587**	.188	.427*	.641**
	Sig. (2-tailed)		.078	.001	.320	.019	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X3.2	Pearson Correlation	.327	1	.558**	.524**	.547**	.771**
	Sig. (2-tailed)	.078		.001	.003	.002	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X3.3	Pearson Correlation	.587**	.558**	1	.572**	.411*	.876**
	Sig. (2-tailed)	.001	.001		.001	.024	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X3.4	Pearson Correlation	.188	.524**	.572**	1	.264	.732**
	Sig. (2-tailed)	.320	.003	.001		.158	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X3.5	Pearson Correlation	.427*	.547**	.411*	.264	1	.676**
	Sig. (2-tailed)	.019	.002	.024	.158		.000

N		30	30	30	30	30	30
X.TOTAL	Pearson Correlation	.641**	.771**	.876**	.732**	.676**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
N		30	30	30	30	30	30

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

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

d. Uji Validitas Minat

Correlations					
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.TOTAL
Y.1	Pearson Correlation	1	.326	.559**	.796**
	Sig. (2-tailed)		.079	.001	.000
	N	30	30	30	30
Y.2	Pearson Correlation	.326	1	.517**	.700**
	Sig. (2-tailed)	.079		.003	.000
	N	30	30	30	30
Y.3	Pearson Correlation	.559**	.517**	1	.900**
	Sig. (2-tailed)	.001	.003		.000
	N	30	30	30	30
Y.TOTAL	Pearson Correlation	.796**	.700**	.900**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30

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

Lampiran 6. Hasil Uji Reabilitas

a. Uji Reabilitas Lokasi

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.729	4

b. Uji Reabilitas Pengetahuan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.735	3

c. Uji Reabilitas Religiusitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.782	5

d. Uji Reabilitas Minat

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.714	3

Lampiran 7. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.06750082
Most Extreme Differences	Absolute	.055
	Positive	.045
	Negative	-.055
Test Statistic		.055
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Lampiran 8. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	1.724	.784		2.198	.030		
LOKASI	.232	.065	.319	3.575	.001	.435	2.299
PENGETAHUAN	.132	.093	.134	1.431	.156	.392	2.553
RELIGIUSITAS	.253	.059	.441	4.285	.000	.325	3.072

a. Dependent Variable: MINAT

Lampiran 9. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	1.510	.469		3.223	.002		
LOKASI	-.064	.039	-.249	-1.641	.104	.435	2.299
PENGETAHUAN	-.004	.055	-.011	-.069	.945	.392	2.553
RELIGIUSITAS	.020	.035	.102	.580	.563	.325	3.072

a. Dependent Variable: ABS_RESIDUAL

Lampiran 10. Hasil Uji Regresi Linier Berganda dan Hasil Uji T

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	1.724	.784		.030
	LOKASI	.232	.065	.319	.001
	PENGETAHUAN	.132	.093	.134	.156
	RELIGIUSITAS	.253	.059	.441	.000

a. Dependent Variable: MINAT

Lampiran 11. Hasil Uji F.

ANOVA ^a					
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	Sig.
1	Regression	227.424	3	75.808	.000 ^b
	Residual	112.816	96	1.175	
	Total	340.240	99		

a. Dependent Variable: MINAT

b. Predictors: (Constant), RELIGIUSITAS, LOKASI, PENGETAHUAN

Lampiran 12. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.818 ^a	.668	.658	1.084

a. Predictors: (Constant), RELIGIUSITAS, LOKASI, PENGETAHUAN

BIODATA

DATA PRIBADI

Nama : Nisfa Wahyu Riyani
Jenis Kelamin : Perempuan
Tempat/ Tanggal Lahir : Kendal, 24 November 1999
Agama : Islam
Email : Nisfawahyuriyani@gmail.com

RIWAYAT PENDIDIKAN

1. 2006-2007 : TK Aisyah Bustanul Athfal
2. 2007-2012 : SD N 1 Tegorejo
3. 2012-2015 : SMP N 1 Pegandon
4. 2015-2018 : SMA N 1 Pegandon
5. 2018-2022 : Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang

PENGALAMAN PRAKTIKUM KERJA LAPANGAN

1. Bank Jateng Syariah KC Semarang Barat