

**PENGARUH PENGETAHUAN TENTANG PRODUK PERBANKAN SYARIAH DAN
MOTIVASI MAHASISWA TERHADAP MINAT BERTRANSAKSI DI BANK SYARIAH**

**(Studi Kasus Pada Mahasiswa S1 Perbankan Syariah UIN Walisongo Semarang Angkatan
2019-2020)**

SKRIPSI

Disusun Guna Melengkapi Tugas Dan Melengkapi Syarat

Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata S.1

Dalam Ilmu Perbankan Syariah



Disusun Oleh :

Nilla Savira

NIM 1905036108

PROGRAM STUDI S1 PERBANKAN SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG

2022

PERSETUJUAN PEMBIMBING



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

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

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : 4 (Empat) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi

An. Nilla Savira

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Walisongo Semarang

Assalamu'alaikum Wr. Wb

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

Nama : Nilla Savira

NIM : 1905036108

Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Judul Skripsi : **PENGARUH PENGETAHUAN TENTANG PRODUK PERBANKAN SYARIAH DAN MOTIVASI MAHASISWA TERHADAP MINAT BERTRANSAKSI DI BANK SYARIAH (STUDI KASUS PADA MAHASISWA S1 PERBANKAN SYARIAH UIN WALISONGO SEMARANG ANGKATAN 2019-2020)**

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

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Pembimbing I

Prof. Dr. H. Musahadi, M.Ag.

NIP.196907091994031003

Semarang, 21 Juni 2023

Pembimbing II

Mashilal, M.Si

NIP.198405162019031005

PENGESAHAN



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

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

PENGESAHAN

Naskah skripsi berikut ini :

Nama : Nilla Savira
NIM : 1905036108
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Judul Skripsi : **PENGARUH PENGETAHUAN TENTANG PRODUK PERBANKAN SYARIAH DAN MOTIVASI MAHASISWA TERHADAP MINAT BERTRANSAKSI DI BANK SYARIAH (STUDI KASUS PADA MAHASISWA S1 PERBANKAN SYARIAH UIN WALISONGO SEMARANG ANGKATAN 2019-2020)**

Telah di ujikan dalam sidang *munaqosyah* oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang dan dinyatakan LULUS dengan predikat cumlaude pada tanggal : **07 September 2023**.

Dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata I tahun akademik 2023/2024

Semarang, 07 September 2023

DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang,

Septiana Na'afi, S.H.I., M.S.I.
NIP.198909242019032017

Sekretaris Sidang,

Mashilal, SEI, MSi
NIP.198405162019031005

Penguji Utama I,

Warno, SE., M.Si
NIP.198307212015031002



Penguji Utama II,

Firdha Rahmiyanti, M.A
NIP.199103162019032018

Pembimbing I,

Prof. Dr. H. Musahadi, M.Ag.
NIP.196907091994031003

Pembimbing II,

Mashilal, SEI, MSi
NIP.198405162019031005

MOTTO

إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا (٦) فَإِذَا فَرَغْتَ فَانصَبْ (٧) وَإِلَىٰ رَبِّكَ فَارٌ غَبُورٌ (٨)

“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila telah selesai dari suatu urusan, Kerjakanlah dengan sungguh-sungguh urusan yang lain. Dan hanya kepada tuhanmulah hendaknya kamu berharap.” (Q.S Al Insyirah : 6-8)

Dari Abu Hurairah ra berkata: Rasulullah SAW Bersabda: Sesungguhnya Allah SWT tidak memandang kepada fisik dan harta kamu sekalian, akan tetapi dia memandang kepada hati dan amal perbuatanmu” (HR. Muslim)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji syukur atas kehadiran Allah SWT, Yang senantiasa melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, kepada diri ini karena tiada daya dan upaya tanpa nikmat dan kekuatan dari-Nya, Shalawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada Nabi Agung, Nabi Muhammad SAW yang mana saya nantikan syafaat-Nya di hari akhir nanti. Dengan perasaan bahagia akhirnya saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik, dengan segala ketulusan hati skripsi ini saya persembahkan kepada :

1. Kedua orang tua tercinta, Bapak Dorik Iskandar dan Ibu Soraya yang sudah menjadi motivasi terbesar, mencurahkan kasih sayangnya yang tiada akhir. Serta selalu memberikan dukungan do'a selama menjalani perkuliahan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Kedua adik saya yaitu Muhammad Rafi Fahrizal dan Silvia Amanda Putri, yang selalu mendampingi dan menjadi penyemangat selama ini.
3. Diri saya sendiri Nilla Savira yang sudah berjuang sampai detik ini.
4. Segenap keluarga besar saya yang selalu mendukung, mendo'akan, serta memberikan semangat untuk selalu melangkah ke depan dan pantang menyerah.
5. Teman-temanku khususnya Shelly Devi Fujiyanti, Fepti Nur Ismiyati, dan Af'idatunnisa yang selalu membantu, menemani, mendukung, dan memberi semangat saya dalam kondisi apapun.
6. Teman-teman PBAS C 2019, yang selalu menemani dan memberikan semangat serta dukungan sedari awal perkuliahan.
7. Teman-teman KKN Reguler Posko 46 yang telah berjuang bersama, saling membantu, saling menghibur, dan memberi semangat satu sama lain selama masa KKN hingga sekarang.
8. Almamaterku UIN Walisongo Semarang, yang menjadi kebanggaan.

DEKLARASI

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

Semarang, 03 Juli 2023

Deklarator

A handwritten signature in black ink is written over a yellow and red postage stamp. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text '5000' and 'METRAL KEMPEL'. The signature is written in a cursive style.

Nilla Savira

NIM. 1905036108

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN

Transliterasi merupakan hal yang sangat penting dalam skripsi karena pada umumnya terdapat istilah arab, nama orang, judul buku, nama lembaga dan lain sebagainya yang aslinya ditulis dengan huruf arab dan disalin ke huruf latin. Penulisan transliterasi huruf-huruf Arab Latin dalam skripsi ini berpedoman pada SKB Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan R.I Nomor: 158/1987 dan Nomor: 0543b/Untuk1987. Untuk menjamin konsistensi perlu ditetapkan satu transliterasi sebagai berikut :

A. Konsonan

ا	A	ط	ṭ
ب	B	ظ	ẓ
ت	T	ع	‘
ث	ṡ	غ	G
ج	J	ف	F
ح	ḥ	ق	Q
خ	Kh	ك	K
د	D	ل	L
ذ	Ẓ	م	M
ر	R	ن	N
ز	Z	و	W
س	S	ه	H
ش	Sy	ء	‘
ص	ṣ	ي	Y
ض	ḍ		

B. Vokal

اَ = a

اِ = i

اُ = u

C. Diftong

اَي = ay

اَو = aw

D. Bacaan Madd

ā = a panjang

ī = i panjang

ū = u panjang

E. Syaddah (-)

Syaddah dilambangkan dengan konsonan ganda (ّ)

ABSTRAK

Perbankan syariah adalah sebuah badan usaha yang bergerak dalam sektor jasa yang berprinsip syariah. Perbankan syariah nasional dalam dekade terakhir ini terus menunjukkan pertumbuhan yang positif yang terlihat dari volume usaha yang terus tumbuh, dana investasi dan dana titipan masyarakat serta penyaluran pembiayaan yang terus meningkat. Minat merupakan kecenderungan untuk memperhatikan dan mengingat sesuatu secara terus menerus. Seseorang yang berminat terhadap sesuatu berarti seseorang itu akan menyukainya. Faktor yang mendasari minat diantaranya yaitu pengetahuan, dan motivasi yang dimiliki oleh orang tersebut, dengan sendirinya pengetahuan akan muncul apabila seseorang menggunakan akalunya. Motivasi merupakan bentuk kekuatan atau dorongan dari dalam diri individu yang memaksa untuk melakukan tindakan. Apabila seseorang mempunyai motivasi yang tinggi terhadap suatu objek maka seseorang tersebut secara otomatis akan terdorong untuk menggunakan produk tersebut. Banyak mahasiswa S1 Perbankan Syariah angkatan 2019 dan 2020 yang mempunyai rekening bank syariah dan bank konvensional namun saat bertransaksi sering menggunakan bank konvensional. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengetahuan tentang produk perbankan syariah dan motivasi mahasiswa terhadap minat bertransaksi di bank syariah.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis sumber data primer dan sekunder, dengan jumlah populasi 244 dan jumlah sampel 101 responden mahasiswa S1 Perbankan Syariah angkatan 2019-2020 UIN Walisongo Semarang. Data yang dikumpulkan menggunakan kuesioner dengan menggunakan pengukuran skala likert. Teknik analisis data yang digunakan yaitu regresi linier berganda yang diolah dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 25.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan dan motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat bertransaksi di bank syariah. Nilai t hitung variabel pengetahuan sebesar 3,845 dan t hitung variabel motivasi sebesar 3,791 dimana keduanya lebih besar dari nilai t tabel yaitu 1,661. Hasil uji koefisien determinasi dalam penelitian ini sebesar 0,503 yang berarti pengaruh pengetahuan dan motivasi mahasiswa terhadap minat bertransaksi di bank syariah sebesar 50,3%. Sedangkan sisanya 49,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian.

Kata Kunci : Pengetahuan Produk, Motivasi, dan Minat Bertransaksi

Abstract

Islamic banking is a business entity that operates in the service sector according to sharia principles. National sharia banking in the last decade has continued to show positive growth which can be seen from the continuing growth in business volume, investment funds and funds entrusted to the community as well as the distribution of financing which continues to increase. Interest is the tendency to pay attention to and remember something continuously. Someone who is interested in something means that someone will like it. Factors that underlie interest include knowledge and motivation that the person has. Knowledge will automatically emerge if a person uses his or her mind. Motivation is a form of strength or encouragement from within an individual that forces him to take action. If someone has high motivation for an object, that person will automatically be encouraged to use that product. Many sharia banking undergraduate students from the class of 2019 and 2020 have sharia and conventional bank accounts, but when making transactions they often use conventional banks. This research aims to determine the influence of knowledge about sharia banking products and student motivation on interest in making transactions at sharia banks.

This study aims to determine the effect of knowledge about Islamic banking products and student motivation on interest in transactions at Islamic banks. This study uses quantitative methods with the type of primary and secondary data sources, with a population of 244 and a sample size of 101 respondents of undergraduate Islamic Banking students in the 2019-2020 batch of UIN Walisongo Semarang. The data collected using a questionnaire using Likert scale measurements. The data analysis technique used is multiple linear regression which is processed using the SPSS version 25 application.

The results showed that knowledge and motivation have a positive and significant effect on interest in transactions in Islamic banks. The t value of the knowledge variable is 3.845 and the t value of the motivation variable is 3.791, both of which are greater than the t table value of 1.661. The results of the coefficient of determination test in this study amounted to 0.503, which means that the effect of student knowledge and motivation on interest in transactions in Islamic banks is 50.3%. While the remaining 49.7% is influenced by other variables not included in the study.

Keywords: *Product Knowledge, Motivation, and Transaction Interest*

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik serta hidayah-Nya kepada kita semua. Shalawat serta salam peneliti panjatkan kepada baginda Nabi Agung Muhammad SAW yang kita nantikan syafa'at-Nya di hari akhir kelak. Pada akhirnya peneliti mengucapkan alhamdulillah karena dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“PENGARUH PENGETAHUAN TENTANG PRODUK PERBANKAN SYARIAH DAN MOTIVASI MAHASISWA TERHADAP MINAT BERTRANSAKSI DI BANK SYARIAH (STUDI KASUS PADA MAHASISWA S1 PERBANKAN SYARIAH UIN WALISONGO SEMARANG ANGGARAN 2019-2020)”** sebagai syarat memperoleh gelar S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa proses penyusunan skripsi ini dapat selesai berkat do'a, bantuan dari pihak bimbingan dan dorongan serta perhatiannya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. H. Imam Taufiq, M. Ag., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
2. Dr. H. Muhammad Saifullah, M. Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.
3. Heny Yuningrum, S.E., M.Si., selaku Ketua Jurusan S1 Perbankan Syariah dan selaku dosen wali yang selalu memberikan saran dan masukan selama peneliti menempuh pendidikan di UIN Walisongo Semarang.
4. Prof. Dr. H. Musahadi, M.Ag, selaku dosen pembimbing I dan Mashilal, M. Si, selaku dosen pembimbing II yang senantiasa sabar dalam memberikan bimbingan dan arahan selama penyusunan skripsi.
5. Segenap Dosen serta Staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam khususnya Program SI Perbankan Syariah.
6. Perpustakaan pusat UIN Walisongo Semarang yang telah memberikan pengetahuan dari buku- bukunya yang memberikan rujukan penelitian.

7. Keluarga Tercinta, kedua orang tua saya Bapak Dorik Iskandar dan Ibu Soraya serta kedua adik saya Muhammad Rafi Fahrizal dan Silvia Amanda Putri yang tulus memberikan kasih sayang dan do'a yang tiada henti untuk menyelesaikan skripsi ini.
8. Responden, yaitu teman-teman dari Prodi Perbankan Syariah angkatan 2019 dan 2020 yang bersedia mengisi kuesioner guna tercapainya penelitian ini.
9. Teman-teman seperjuangan SI Perbankan Syariah angkatan 2019 khususnya PBAS C, serta teman-teman lainnya yang tidak dapat disebutkan satu-persatu, terima kasih telah menjadi tempat berkeluh kesah selama menempuh perkuliahan.
10. Semua pihak yang telah banyak membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.

Semoga segala kebaikan yang telah mereka berikan mendapatkan kebaikan dan keberkahan dari Allah Swt. Peneliti menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu dibutuhkan kritik dan saran yang membangun guna tercapainya karya ilmiah yang lebih baik lagi kedepannya. Harapan peneliti semoga apa yang terkandung dalam penelitian ini dapat memebrikan manfaat bagi semua pihak.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Semarang, 03 Juli 2023

Penulis

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
PENGESAHAN	ii
MOTTO	iii
PERSEMBAHAN	iv
DEKLARASI	v
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN	vi
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.5 Sistematika Penulisan	9
BAB II	11
2.1. <i>Theory of Planned Behaviour</i> (TPB)	11
2.2. Pengetahuan Mahasiswa terhadap Produk Perbankan Syariah	13
2.2.1. Pengertian Pengetahuan	13
2.2.2. Pengertian Produk Bank Syariah	16
2.2.3. Indikator Pengetahuan	20
2.3. Motivasi Mahasiswa Bertransaksi di Bank Syariah	20

2.3.1. Pengertian Motivasi	20
2.3.2. Dinamika Proses Motivasi	22
2.3.3. Metode dan Bentuk Pemberian Motivasi.....	23
2.3.4. Ciri-Ciri Motivasi.....	24
2.3.5. Indikator Motivasi.....	25
2.4. Minat Bertransaksi di Bank Syariah	25
2.4.1. Pengertian Minat	25
2.4.2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat.....	28
2.4.3. Indikator Minat	29
2.5. Penelitian Terdahulu	29
2.6. Kerangka Pemikiran.....	35
2.7. Hipotesis.....	35
2.4.1 Pengaruh Pengetahuan Mahasiswa Tentang Produk Bank Syariah Terhadap Minat Bertransaksi di Bank Syariah.....	36
2.4.2 Pengaruh Motivasi Mahasiswa Terhadap Minat Bertransaksi di Bank Syariah...	37
BAB III	38
3.1. Jenis Penelitian dan Sumber Data.....	38
3.1.1 Jenis Penelitian.....	38
3.1.2 Sumber Data.....	38
3.2. Lokasi Penelitian.....	39
3.3. Populasi dan Sampel	39
3.3.1 Populasi.....	39
3.3.2 Sampel.....	39
3.4. Metode Pengumpulan Data	41
3.5. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	41
3.5.1 Variabel Penelitian	41
3.5.2 Definisi Operasional	42

3.6.	Teknik Analisis Data.....	43
3.6.1	Uji Validitas	43
3.6.2	Uji Reliabilitas	44
3.6.3	Uji Asumsi Klasik.....	44
3.6.4	Uji Regresi Linier Berganda	46
3.6.5	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	46
3.6.6	Uji Parsial (Uji t).....	46
BAB IV	48
4.1.	Deskripsi Objek Penelitian.....	48
4.1.1.	Sejarah UIN Walisongo Semarang	48
4.1.2.	Visi, Misi, dan Tujuan UIN Walisongo Semarang	49
4.1.3.	Sejarah Fakultas ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang	50
4.1.4.	Visi, Misi, dan Tujuan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.....	51
4.1.5.	Sejarah, Visi, dan Misi Prodi Perbankan Syariah	52
4.2.	Deskripsi Data Penelitian dan Karakteristik Responden	53
4.2.1.	Deskripsi Data Penelitian.....	53
4.2.2.	Karakteristik Responden	53
4.3.	Hasil Penelitian	56
4.4.	Pembahasan.....	65
BAB V	71
5.1.	Kesimpulan	71
5.2.	Saran	72
DAFTAR PUSTAKA	73
	90
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	96

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1	7
Tabel 1. 2	8
Tabel 3. 1	39
Tabel 3. 2	41
Tabel 3. 3	43
Tabel 4. 1	54
Tabel 4. 2	54
Tabel 4. 3	56
Tabel 4. 4	56
Tabel 4. 5	57
Tabel 4. 6	57
Tabel 4. 7	58
Tabel 4. 8	58
Tabel 4. 9	59
Tabel 4. 10	61
Tabel 4. 11	61
Tabel 4. 12	62
Tabel 4. 13	63
Tabel 4. 14	64
Tabel 4. 15	65
Tabel 4. 16	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1.....	12
Gambar 2. 2.....	27
Gambar 2. 3.....	35
Gambar 4. 1.....	60

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	78
Lampiran 2 Tabulasi Data.....	80
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas	88
Lampiran 4 Hasil Uji Reliabilitas	89
Lampiran 5 Hasil Uji Normalitas.....	90
Lampiran 6 Hasil Uji Multikolinieritas.....	91
Lampiran 7 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	91
Lampiran 8 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	91
Lampiran 9 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	92
Lampiran 10 Hasil Uji t	92
Lampiran 11 Dokumentasi karakteristik Responden	92
Lampiran 12 Screenshot Bukti Kuesioner	94
Lampiran 13 Screenshot Bukti Pra Riset	95

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perbankan syariah adalah sebuah badan usaha yang bergerak dalam sektor jasa yang berprinsip syariah. Perbankan syariah nasional dalam dekade terakhir ini terus menunjukkan derap pertumbuhan yang positif dan cukup menggembirakan yang tercermin dari volume usaha yang terus tumbuh, dana investasi dan dana titipan masyarakat serta penyaluran pembiayaan yang terus meningkat. Adanya perkembangan tersebut diharapkan dapat memberikan kontribusi yang cukup penting dalam aktivitas perekonomian di Indonesia.¹

Menurut peraturan OJK Nomor 76/POJK.07/2016, literasi tentang perbankan merupakan faktor yang sangat penting karena dapat meningkatkan kualitas pengambilan keputusan keuangan individu dan perubahan sikap dan perilaku dalam pengelolaan keuangan menjadi lebih baik, sehingga mampu menentukan dan memanfaatkan lembaga, produk dan layanan jasa keuangan yang sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan konsumen atau masyarakat dalam rangka mencapai kesejahteraan. Tujuan dari adanya literasi perbankan yaitu untuk memperluas dan meningkatkan pengetahuan, pemahaman dan peran masyarakat dalam penggunaan produk dan jasa keuangan. Literasi perbankan diharapkan mampu meningkatkan pengetahuan masyarakat serta mengubah perilaku masyarakat dalam mengelola keuangan secara lebih baik.

Survei Nasional Literasi Keuangan (SNLIK) ketiga yang dilakukan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada tahun 2020 menunjukkan indeks literasi keuangan mencapai 38,03% dan indeks inklusi keuangan 76,19%. Angka tersebut meningkat dibandingkan dengan hasil survei OJK tahun 2016 yang dimana indeks literasi keuangan 29,7% dan indeks inklusi keuangan sebesar 67,8%. Survei OJK 2019 mencakup 12.773 responden di 34 provinsi dan 67 kota/kabupaten dengan mempertimbangkan gender dan strata wilayah perkotaan/pedesaan. Berdasarkan strata wilayah, untuk perkotaan indeks literasi keuangan mencapai 41,41%, sementara di pedesaan adalah 34,53%. Hasil survei juga

¹ Nelson Tampubolon, *Roadmap Perbankan Syariah Indonesia 2015-2019*, (Jakarta: Departemen Perbankan Syariah, 2015), 1.

menunjukkan bahwa gender indeks literasi keuangan laki-laki sebesar 39,94% lebih tinggi dibanding perempuan sebesar 36,13%.²

Literasi perbankan syariah bisa diartikan sebagai pengetahuan, sikap, dan kepercayaan/keyakinan dalam membuat keputusan-keputusan yang berkaitan dengan berbagai aktivitas perbankan seseorang yang dalam hal ini ditujukan kepada perbankan syariah. Banyak seseorang yang sudah memahami dan mempunyai kesadaran tentang bank syariah tetapi belum menggunakan perbankan syariah. Konsep literasi perbankan syariah tidak lepas dari konsep dasar ekonomi Islam yaitu riba, larangan gharar, dan maysir. Ekonomi Islam hadir sebagai alternatif bagi kaum Muslim dalam pemenuhan kebutuhan keuangan.³

Menurut Kunt, et al dalam penelitian Eliza Any (2019) mengklasifikasikan Muslim ke dalam tiga kategori yang berhubungan dengan preferensi mereka antara keuangan Islam dan konvensional yaitu mereka yang menolak untuk menggunakan produk keuangan konvensional karena pelanggaran mereka akan syariah, orang-orang yang menggunakan/akan menggunakan pembiayaan konvensional tetapi mungkin beralih ke pembiayaan syariah jika itu menjadi lebih banyak tersedia, atau ditawarkan dengan harga yang kompetitif, dan orang-orang yang menggunakan/akan menggunakan pembiayaan konvensional dan akan terus melakukannya bahkan jika harga bersaing dan produk syariah tersedia.⁴

Pemahaman tentang literasi keuangan Islam khususnya pada perbankan syariah merupakan hal yang sangat penting karena nasabah atau konsumen harus peduli dengan pengelolaan dana hasil kerja kerasnya sendiri karena tidak ada pihak lain yang akan melakukannya kecuali konsumen itu sendiri, nasabah atau konsumen adalah pihak yang paling tahu secara rinci apa yang menjadi kebutuhan finansialnya, pada saat ini konsumen dihadapkan pada berbagai jenis produk keuangan yang bervariasi sehingga menuntut pengetahuan yang memadai dalam memilih jenis produk keuangan yang dapat memenuhi ekspektasinya. Memahami literasi keuangan Islam merupakan bagian dari kewajiban

² Trimulato, Amiruddin K, Ismawati, “Akselerasi Tingkat Pengetahuan Mahasiswa Tentang Sistem dan Produk Perbankan Syariah Melalui Media Online”, Jurnal Ekonomi, Keuangan, Perbankan dan Akutansi, Vol.12, No.1, Mei 2020, Hal.13-30.

³ Hani Meilita Purnama Subardi dan Indri Yuliafitri, “Efektivitas Gerakan Literasi Keuangan Syariah Dalam Mengedukasi Masyarakat Memahami Produk Keuangan Syariah”, Banque Syar’i : Jurnal Ilmiah Perbankan Syariah Vol 5 No1, 2019, h 37.

⁴ Eliza Any, Skripsi: “Literasi Keuangan Islam Pada SDM Bank Syariah Di Kota Bandar Lampung”(Lampung: UIN Raden Intan, 2019).

seorang muslim yang harus peduli tentang larangan riba, gharar, dan maysir dalam memilih produk keuangan.⁵

Terdapat banyak manfaat literasi diantaranya yaitu bagi individu program edukasi dan literasi khususnya literasi keuangan mempunyai tujuan untuk meningkatkan pemahaman, keterampilan, dan kepercayaan seseorang yang mempengaruhi sikap dan perilaku untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dalam menggunakan produk dan layanan keuangan. Dengan adanya tingkat literasi keuangan masyarakat yang baik, masyarakat akan memiliki pemahaman tentang manfaat, risiko dan biaya atas produk dan layanan jasa keuangan yang dimilikinya serta hak dan kewajiban sebagai konsumen sehingga memiliki daya saing yang lebih tinggi. Literasi keuangan juga memiliki peran vital dalam mempersiapkan setiap individu menghadapi masa depan sebagaimana kemampuan membaca dan menulis. Bagi lembaga keuangan, semakin tinggi tingkat literasi keuangan masyarakat, semakin banyak masyarakat yang akan memanfaatkan produk dan jasa keuangan sehingga potensi keuntungan yang akan diperoleh industri keuangan semakin besar. Tingginya tingkat pemahaman, keterampilan dan kepercayaan masyarakat juga mendorong industri keuangan untuk terus berinovasi mengembangkan dan menciptakan produk dan layanan keuangan yang lebih terjangkau dan sesuai dengan kemampuan dan kebutuhan masyarakat. Masyarakat dengan tingkat literasi yang tinggi akan mendorong pasar untuk beroperasi secara efisien. Bagi negara, peningkatan literasi keuangan merupakan salah satu cara untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi, mengurangi tingkat kemiskinan, mengurangi ketimpangan pendapatan, dan mendukung pencapaian stabilitas sistem keuangan.⁶

Persaingan ketat dalam dunia perbankan syariah dalam merangsang minat mahasiswa untuk bertransaksi di bank syariah dapat dilihat dari seberapa besar pengaruh pengetahuan produk perbankan syariah terhadap minat bertransaksi yang memiliki kaitan untuk menumbuhkan minat mahasiswa untuk bertransaksi atau menggunakan jasa bank syariah. *Theory of Planned Behavior* (TPB) dari fishben dan ajzen merupakan teori yang mencoba melakukan prediksi minat dimana menurut fishben dan ajzen tindakan individu merupakan realisasi niat individu yang bersangkutan. Minat dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu sikap pada tindakan dan norma subyektif bahwa minat menjadi nasabah bank syariah secara nyata dipengaruhi oleh variabel sikap, norma subyektif dan kontrol

⁵ Eliza Any, Skripsi: “*Literasi Keuangan Islam Pada SDM Bank Syariah Di Kota Bandar Lampung*”(Lampung: UIN Raden Intan, 2019).

⁶ Kusumaningtuti S. Soetiono dan Cecep Setiawan, “*Literasi Dan Inklusi Keuangan Indonesia*”, catatan ke-1 (Depok: PT RajaGrafindo Persada: 2018), hal.24-28.

keperilakuan yang dirasakan oleh konsumen untuk menjadi nasabah di bank syariah. Minat akan diperkuat jika pengetahuan terhadap produk syariah dan tingkat inovasi dari konsumen cukup tinggi. Sebagaimana dikemukakan (Nukhet Harmancioglu, 2009) bahwa pengetahuan produk meningkatkan rangsangan terhadap minat beli dan perilaku beli.⁷

Survei Nasional Literasi Keuangan yang dilakukan oleh OJK pada tahun 2013 menunjukkan adanya hubungan erat antara literasi keuangan dengan kemampuan seseorang untuk memanfaatkan produk dan layanan jasa keuangan. Survei menunjukkan bahwa semakin tinggi literasi keuangan seseorang, maka semakin besar pula tingkat pemanfaatan produk dan layanan jasa keuangannya. Pengujian statistik dengan menggunakan data hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan tahun 2016, juga memberikan hasil yang sama yaitu adanya korelasi positif antara literasi keuangan dengan inklusi keuangan baik pada industri jasa keuangan konvensional maupun syariah. Artinya belum tentu masyarakat dengan literasi keuangan syariah yang baik akan menggunakan produk dan layanan jasa keuangan syariah. Rata-rata indeks inklusi keuangan syariah (11,1%) lebih tinggi dibandingkan indeks literasi keuangan syariah (8,1%), yang artinya masyarakat menggunakan produk dan layanan jasa keuangan syariah tersebut.⁸

Perkembangan industri keuangan syariah khususnya sektor perbankan tentunya membutuhkan sistem tata kelola perusahaan yang dapat menjamin tercapainya tujuan-tujuan perusahaan. Perbankan syariah sebagai salah satu lembaga keuangan juga dituntut untuk melakukan *Good Corporate Governance* (tata kelola yang baik). Adapun teori yang digunakan adalah *agency theory* dimana ada perbedaan kepentingan antara *principal* dengan *agent* (pengelola), namun pada perbankan menggunakan sudut pandang baru yang dimana terdapat perbedaan karakteristik antara perusahaan pada umumnya dengan perbankan syariah, yaitu dengan adanya ketundukan syariah yang akan menghubungkan kepentingan pemilik dan agen serta *stakeholder* lainnya (Safieddine: 2009).⁹

Minat merupakan kecenderungan untuk memperhatikan dan mengingat sesuatu secara terus menerus. Minat berkaitan erat dengan perasaan terutama perasaan senang oleh karena itu, dapat diartikan minat terjadi karena sikap senang terhadap sesuatu.

⁷ Nukhet Harmancioglu, R. Zachary, Mathew Joseph, "Impulse Purchases Of New Products: An Empirical Analysis", *Journal of Product & Brand Management* Vol. 18 Issue 1, February 2009.

⁸ Agustiano, "*Membangun Literasi*" (Bagian 2).

⁹ Rusdiyanto dkk, *Board of Sharia Supervisory dan Good Corporate Governance pada Perbankan Syariah*, PT. Refika Aditama: Bandung, 2.

Seseorang yang berminat terhadap sesuatu berarti seseorang itu akan menyukainya.¹⁰ Faktor yang mendasari minat diantaranya yaitu pengetahuan, dan motivasi yang dimiliki oleh orang tersebut, dengan sendirinya pengetahuan akan muncul apabila seseorang menggunakan akalnyanya. Menurut Mowen dan Minor dalam Juni (2017), pengetahuan merupakan sejumlah pengalaman dan informasi mengenai produk atau jasa yang dimiliki seseorang atau konsumen.¹¹ Jadi pengetahuan nasabah merupakan salah satu faktor yang terpenting dalam pengambilan keputusan, terutama pengetahuan nasabah tentang produk dan jasa. Jika nasabah atau konsumen kurang pengetahuan dan informasi mengenai suatu produk, dapat menyebabkan kesalahan dalam mengambil keputusan.¹²

Faktor yang mempengaruhi minat bertransaksi di bank syariah adalah pengetahuan mengenai produk dan jasa bank syariah. Semakin baik pengetahuan masyarakat terhadap produk dan jasa maka minat bertransaksi semakin tinggi. pengetahuan adalah informasi yang diperoleh dari berbagai media masa seperti iklan, pada majalah, televisi, koran, radio, pamflet bahkan bisa juga melalui pengalaman seseorang. Pengetahuan merupakan pengalaman yang terekam dalam kesadaran seseorang. Pengetahuan adalah segala sesuatu yang diketahui yang berkenaan dengan hal (Kamus Besar Bahasa Indonesia).¹³

Motivasi merupakan bentuk kekuatan atau dorongan dari dalam diri individu yang memaksa untuk melakukan tindakan. Apabila seseorang mempunyai motivasi yang tinggi terhadap suatu objek maka seseorang tersebut secara otomatis akan terdorong untuk menggunakan produk tersebut. Sebaliknya jika motivasi seseorang rendah maka akan melakukan cara apapun untuk menghindari objek yang bersangkutan. Jadi motivasi dan minat saling berhubungan, dengan adanya motivasi dapat mendorong timbulnya minat seseorang. Semakin tinggi motivasi yang dimiliki seseorang atau konsumen maka semakin kuat pula minat konsumen dalam menggunakan produk.¹⁴

Motivasi juga mempengaruhi seseorang dalam minat suatu produk/jasa. Menurut *American Encyclopedia* yang dikutip oleh Setiadi, motivasi adalah kecenderungan (suatu sikap yang merupakan pokok pertentangan) dalam diri seseorang membangkitkan tanggapan dan tindakan. Motivasi meliputi faktor kebutuhan biologis dan emosional yang hanya dapat diduga dari pengamatan tingkah laku manusia.¹⁵

¹⁰ Sabri Alisuf, "Psikologi Pendidikan Berdasarkan Kurikulum Nasional", Hal. 45.

¹¹ Donni Juni, "Perilaku Konsumen", (Bandung : Alfabeta, 2017), Hal. 130-131.

¹² Damiati, et al, "Perilaku Konsumen" ,(Jakarta: PT RajaGrafindo Persada,2017), Hal. 82.

¹³ Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik* (Bandung: Pustaka Setia, 2015, 130.

¹⁴ Edy Sutrisno, "Manajemen Sumber Daya Manusia", (Jakarta: Kencana, 2017), Hal. 110.

¹⁵ Setiadi, *Perilaku Konsumen : Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan dan Keinginan Konsumen, Edisi Revisi* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2010), 14.

Penelitian Sulistyono (2010) menyatakan bahwa persepsi mahasiswa tentang perbankan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di bank syariah. Penelitian yang ditulis oleh Riski menyatakan bahwa terdapat pengaruh antara variabel pengetahuan mahasiswa (X) terhadap minat dalam bertransaksi di bank syariah (Y). Penelitian Nurmalasari (2019) menyatakan hasil pengetahuan dan motivasi secara bersamaan berpengaruh positif atau signifikan terhadap minat sebesar 56% dan sisanya yaitu 43,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang belum diteliti dalam penelitian tersebut.¹⁶

Berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Oktaviani (2018) yang menemukan variabel pengetahuan tidak berpengaruh terhadap minat menabung.¹⁷ Penelitian yang dilakukan oleh Dewi (2019) yang menyatakan bahwa pengetahuan, persepsi produk berpengaruh terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah kota Salatiga, tetapi pendapatan tidak berpengaruh terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah kota Salatiga.¹⁸

Berdasarkan *gap research* tersebut yang menunjukkan hasil berpengaruh dan tidak berpengaruh, Peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut tentang pengaruh pengetahuan tentang produk perbankan syariah dan motivasi mahasiswa S1 Perbankan Syariah UIN Walisongo Semarang angkatan 2019-2020 terhadap minat bertransaksi di bank syariah.

Penelitian pengetahuan dan motivasi mahasiswa tentang produk perbankan syariah terhadap minat bertransaksi di bank syariah penting dilakukan karena beberapa mahasiswa masih memiliki pandangan bahwa bank syariah tidak ada bedanya dengan bank konvensional. Hal ini berdasarkan dari terjadinya penambahan pangsa pasar perbankan syariah secara signifikan dalam beberapa tahun terakhir dari yang hanya ratusan ribu menjadi 6 juta pemegang rekening, namun ternyata kenaikan jumlah nasabah bank syariah tersebut berasal dari nasabah bank konvensional, yang artinya bank konvensional cenderung masih menjadi bank pilihan utama. Dalam penelitian ini fokus pada mahasiswa prodi S1 perbankan syariah UIN Walisongo karena sudah memiliki pengetahuan yang di dapat pada saat mata kuliah tentang ilmu perbankan, dalam mata

¹⁶ Anggie Nurmalasari, Skripsi: “*Pengaruh Pengetahuan dan Motivasi Terhadap Minat Menabung Mahasiswa Perbankan Syariah Angkatan 2016 IAIN Ponorogo di Bank BRI Syariah KCP Ponorogo*”, (Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2016).

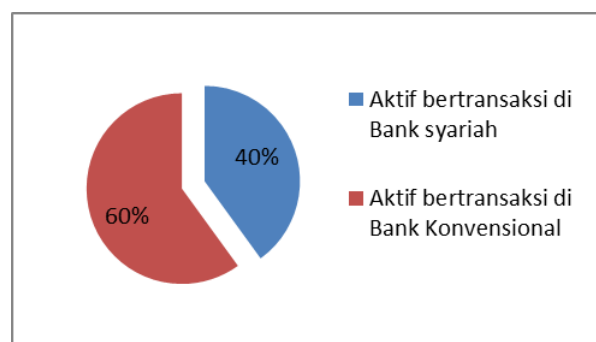
¹⁷ Novi Oktaviani, Skripsi: “*Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan dan Lokasi Terhadap Minat Menabung Pada Bank Syariah Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Masyarakat di Blotongan Kota Salatiga)*”, (Salatiga: IAIN Salatiga, 2018).

¹⁸ Feni Putriana Dewi, Skripsi: “*Pengaruh Pengetahuan, Persepsi Produk dan Pendapatan Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah Kota Salatiga dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating*”, (Salatiga: IAIN Salatiga, 2019).

kuliah tersebut sudah dibahas tentang perbedaan bank syariah, keunggulan atau kelebihan, dan produk-produk bank syariah. Pada penelitian ini mahasiswa memiliki rekening bank syariah dan bank konvensional. Tetapi kenyataannya masih banyak mahasiswa perbankan syariah yang kurang berminat dengan perbankan syariah yang seharusnya mahasiswa perbankan syariah lebih paham mengenai seputar bank syariah, namun kenyataannya konsep bank konvensional lebih melekat pada mahasiswa perbankan syariah.

Berikut merupakan hasil pra survei yang dilakukan peneliti mengenai minat mahasiswa bertransaksi di bank syariah dapat dilihat pada diagram lingkaran berikut :

Tabel 1. 1



Sumber : Hasil Survei Mahasiswa Prodi S1 Perbankan Syariah Angkatan 2019-2020, Selasa 24 Januari 2023.

Berdasarkan hasil pra survei yang peneliti lakukan kepada 30 orang mahasiswa prodi S1 perbankan syariah angkatan 2019 dan 2020 terdapat hasil 40% yang masih aktif bertransaksi di bank syariah, sedangkan 60% masih aktif bertransaksi di bank konvensional. Berikut hasil wawancara dari beberapa responden yaitu: Shelly Devi Fujiyanti mahasiswa semester 8 angkatan 2019 prodi S1 perbankan syariah UIN Walisongo mengatakan sudah mempunyai pengetahuan tentang produk-produk perbankan syariah dan juga sudah mempunyai rekening di bank syariah karena pada saat pendaftaran masuk kampus diharuskan membuka rekening bank syariah, tetapi dikarenakan tinggal di desa yang jauh dari kota menyebabkan sulit untuk menemukan bank syariah, sehingga masih memilih bertransaksi pada bank konvensional¹⁹. Responden lainnya yang bernama Fepti Nur Ismiyati mahasiswa semester 8 angkatan 2019 prodi S1 perbankan syariah mengatakan sudah memiliki pengetahuan tentang produk perbankan syariah dan sudah memiliki dorongan motivasi tetapi belum

¹⁹ Shelly Devi Fujiyanti, *Wawancara*, 24 Januari 2023.

mempunyai minat untuk bertransaksi di bank syariah karena sudah terbiasa melakukan transaksi di bank konvensional.²⁰ Sedangkan responden yang bernama Maulana mahasiswa semester 6 angkatan 2020 prodi S1 perbankan syariah mengatakan sudah mempunyai motivasi untuk membuka rekening di bank syariah walaupun pada saat pendaftaran masuk kampus tidak diwajibkan membuka rekening bank syariah, namun minat untuk bertransaksi di bank syariah masih sangat minim atau bisa dibilang belum tertarik pada bank syariah.²¹

Dilihat dari hasil pra survei dapat disimpulkan bahwa secara teori, pengetahuan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi minat seseorang, tetapi fakta berdasarkan pra survei yaitu masih banyak mahasiswa yang sudah mengetahui tentang produk perbankan dan memiliki rekening bank syariah dan bank konvensional tetapi memilih bertransaksi melalui bank konvensional.

Tabel 1. 2
Data Jumlah Mahasiswa S1 Perbankan Syariah UIN Walisongo Semarang

Angkatan Tahun	Jumlah Mahasiswa
2019	153
2020	91
Jumlah	244

Sumber : Akademik FEBI UIN Walisongo

Berdasarkan tabel di atas, peneliti hanya mengambil Program Studi S1 Perbankan Syariah angkatan 2019 dan 2020 yang akan menjadi responden pada penelitian ini dikarenakan angkatan 2019 diharuskan mempunyai rekening bank syariah pada saat masuk UIN Walisongo, sedangkan angkatan 2020 tidak diwajibkan membuka atau mempunyai rekening bank syariah pada saat masuk, tetapi berdasarkan pra survei sudah banyak mahasiswa S1 Perbankan Syariah angkatan 2019 dan 2020 yang mempunyai rekening di bank syariah namun apabila bertransaksi masih sama-sama menggunakan bank konvensional.

Atas dasar latar belakang masalah dan fenomena *gap* di atas, penelitian ini penting dilakukan karena ingin membuktikan sejauh mana pengetahuan tentang produk perbankan syariah dan motivasi Mahasiswa S1 Perbankan Syariah UIN Walisongo Semarang angkatan 2019-2020 terhadap minat bertransaksi di bank syariah. Oleh karena itu dalam permasalahan tersebut penulis tertarik melakukan penelitian lebih lanjut

²⁰ Fepti Nur Ismiyati, *Wawancara*, 24 Januari 2023.

²¹ Maulana, *Wawancara*, 24 Januari 2023.

dengan mengambil judul “Pengaruh Pengetahuan Produk Perbankan syariah dan Motivasi Mahasiswa Terhadap Minat Bertransaksi Di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Mahasiswa S1 Perbankan Syariah UIN Walisongo Semarang Angkatan 2019-2020)”.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh pengetahuan tentang produk perbankan syariah terhadap minat bertransaksi di bank syariah pada mahasiswa S1 Perbankan syariah angkatan 2019-2020 UIN Walisongo Semarang?
2. Bagaimana pengaruh motivasi terhadap minat bertransaksi di bank syariah pada mahasiswa S1 Perbankan syariah angkatan 2019-2020 UIN Walisongo Semarang?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan tentang produk perbankan syariah terhadap minat bertransaksi di bank syariah pada mahasiswa S1 Perbankan syariah angkatan 2019-2020 UIN Walisongo Semarang.
2. Untuk mengetahui pengaruh motivasi terhadap minat bertransaksi di bank syariah pada mahasiswa S1 Perbankan syariah angkatan 2019-2020 UIN Walisongo Semarang.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Secara Teoritis.

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi pengembangan ilmu dan menjadi bahan referensi bagi pembaca pada penelitian yang hampir sama atau sebagai sumber informasi.

2. Secara Praktis.

Dapat memberikan manfaat atau kegunaan dari hasil penelitian ini sehingga menjadi rujukan bagi pihak yang perkepentingan, umumnya bagi mahasiswa tentang pengaruh pengetahuan dan motivasi mahasiswa terhadap produk bank syariah terhadap minat bertransaksi di bank syariah.

1.5 Sistematika Penulisan

Untuk dapat memberikan gambaran dan pembahasan yang tersusun mengenai penelitian ini dapat disusun sistematika penulisan sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang pendahuluan untuk mengantarkan permasalahan skripsi secara keseluruhan yang terdiri dari Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, dan Sistematika Penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi tentang Landasan Teori, Penelitian Terdahulu, Kerangka Pemikiran, dan Hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang Jenis dan Sumber Data, Lokasi Penelitian, Populasi dan Sampel, Metode Pengumpulan Data, Variabel Penelitian dan Definisi Operasional, dan Teknik Analisis Data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang Hasil Pengujian Penelitian (Deskripsi Data dan Pengujian Hipotesis), dan Pembahasan.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi tentang Kesimpulan yang merupakan jawaban atas pokok permasalahan, dan Saran yang akan berguna bagi penyusun.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. *Theory of Planned Behaviour (TPB)*

Teori Tindakan Beralasan (*Theory Of Reasoned Of Action*) diusulkan oleh Ajzen dan Fishbein pada tahun 1980, dan sudah diperbarui melalui Teori Perilaku Direncanakan (*Theory Of Planned Behavior*) oleh Ajzen pada tahun 1991, yang sudah digunakan selama beberapa dekade untuk meneliti keinginan dan perilaku berbagi.²²

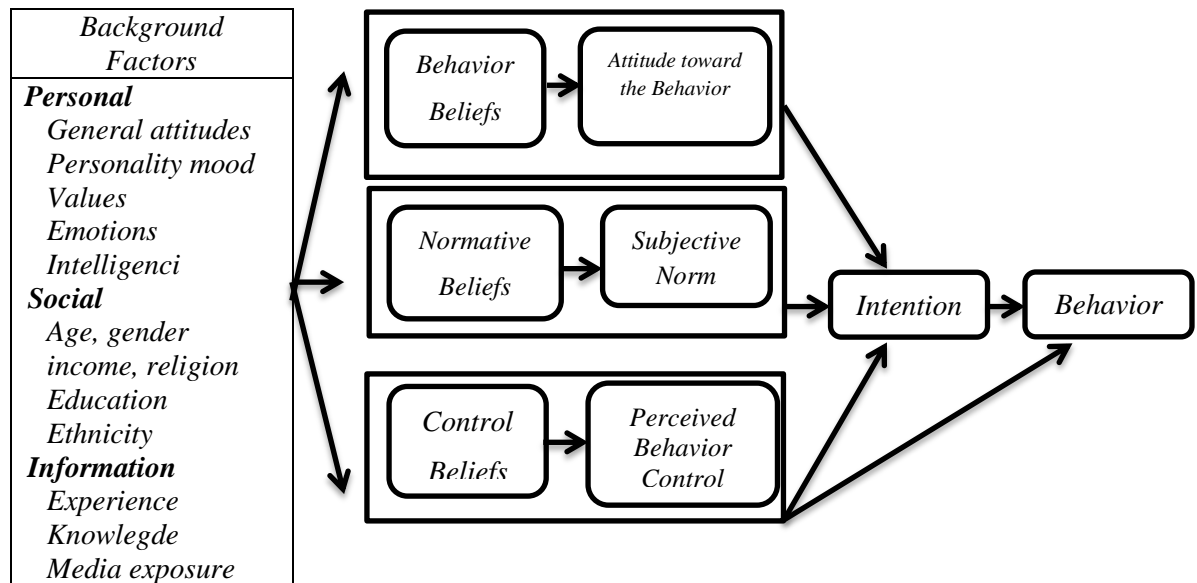
Menurut Ajzen (1991) dalam jurnal penelitian Seni, et al (2017) *Theory of Planned Behaviour* (TPB) merupakan teori yang didasarkan pada asumsi bahwa manusia biasanya akan berperilaku pantas (*behave in a sensible manner*). Manusia biasanya berperilaku dengan cara yang masuk akal, memikirkan dampak dari tindakannya sebelum memutuskan untuk melakukan perilaku tersebut. Teori ini memberikan suatu kerangka untuk mempelajari sikap seseorang terhadap perilakunya. Ajzen mengatakan TPB menekankan aspek terkendali dari pengolahan manusia dan pengambilan sebuah pilihan seseorang, teori ini merupakan suatu prinsip yang menjelaskan minat perilaku manusia. Teori ini didasarkan menggunakan asumsi dasar bahwa manusia berperilaku secara sadar dan mempertimbangkan seluruh informasi yang tersedia. Berdasarkan teori tersebut, penentu terpenting perilaku seseorang adalah intensi untuk berperilaku. Intensi individu untuk menampilkan suatu perilaku adalah kombinasi dari sikap untuk menampilkan perilaku tersebut dan norma subjektif. Sikap individu terhadap perilaku meliputi kepercayaan suatu perilaku, evaluasi terhadap perilaku, norma subjektif, kepercayaan-kepercayaan normatif dan motivasi untuk patuh.²³

²² Mahyarni, "(Sebuah Kajian Historis Tentang Perilaku)" (n.d.).

²³ Ni Nyoman Anggar Seni, Ni Made Dwi Ratnadi, "*Theory Of Planned Behavior Untuk Memprediksi Niat Berinvestasi*", Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana 6.12 (2017), Hal. 4046-4047.

Gambar 2. 1

Model *Theory of planned Behavior*



Sumber: Ajzen (1991) dalam jurnal Azwar (2018)

Theory of Planned Behavior (TPB) menunjukkan bahwa tindakan manusia diarahkan oleh tiga macam kepercayaan yaitu:²⁴

1. Kepercayaan perilaku (*behavioral beliefs*) yaitu kepercayaan mengenai kemungkinan terjadinya perilaku dan merupakan keyakinan yang akan mendorong terbentuknya sikap. Dalam penelitian ini, *behavior beliefs* dikaitkan motivasi bertransaksi di bank syariah. Minat bertransaksi seseorang di bank syariah akan dipengaruhi oleh motivasi seseorang untuk mendapatkan manfaat tertentu. Dan sebaliknya bertransaksi di bank syariah tidak sesuai dengan motivasi yang dimiliki seseorang, maka minat bertransaksi di bank syariah akan rendah.
2. Kepercayaan normatif (*normative beliefs*) yaitu persepsi atau pandangan seseorang terhadap kepercayaan orang lain yang akan mempengaruhi minat untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku yang dipertimbangkan.
3. Kepercayaan kontrol (*control beliefs*) yaitu kontrol perilaku secara langsung akan mempengaruhi niat untuk melaksanakan suatu perilaku dan juga mempengaruhi perilaku. Menurut kepercayaan ini perilaku bisa ditentukan oleh keyakinan, yang

²⁴ Nadhira Afdalia, dkk, "Theory Of Planned Behavior Dan Readiness For Change Dalam Memprediksi Niat Implementasi Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2010", Jurnal JAAI, Vol. 18, No. 2, Desember 2014, Hal. 112.

dimana keyakinan tersebut berasal dari pengalaman masa lalu yang berasal dari diri sendiri maupun dari orang lain yang akan menjadi keyakinan seseorang.

Faktor-faktor yang melatarbelakangi dari tiga kepercayaan diatas yaitu faktor personal, berasal dari dalam diri individu yang meliputi sikap umum seseorang terhadap sesuatu, sifat kepribadian, nilai hidup, emosi, dan kecerdasan yang dimiliki; faktor sosial, berasal dari individu atau kelompok dengan lingkungan sekitar yang meliputi usia, jenis kelamin, ras, etnis, pendidikan, penghasilan, dan kepercayaan; faktor informasi, berupa hasil dari pengolahan data yang menggambarkan suatu kejadian nyata yang digunakan untuk mengambil keputusan. Faktor ini meliputi pengalaman, pengetahuan, dan pemberitaan media masa.

Berdasarkan faktor-faktor yang melatarbelakangi *behavior beliefs*, *normative beliefs*, dan *control beliefs* tersebut, dalam penelitian ini menjadikan variabel pengetahuan sebagai bagian dari faktor informasi, maka variabel pengetahuan dianggap dapat memperkuat variabel motivasi terhadap minat bertransaksi di bank syariah.

2.2. Pengetahuan Mahasiswa terhadap Produk Perbankan Syariah

2.2.1. Pengertian Pengetahuan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), pengetahuan berarti segala sesuatu yang diketahui, kepandaian, atau segala sesuatu yang diketahui berkenaan dengan hal (mata pelajaran).²⁵ Pada hakikatnya pengetahuan merupakan segenap hasil dari kegiatan mengetahui berkenaan dengan sesuatu obyek (dapat berupa suatu hal atau peristiwa yang dialami subyek).²⁶

Menurut Pudjawidjana, pengetahuan adalah reaksi dari manusia atas rangsangannya oleh alam sekitar melalui persentuhan melalui objek dengan indera dan pengetahuan merupakan hasil yang terjadi setelah orang melakukan penginderaan sebuah objek tertentu. Menurut Notoatmodjo, pengetahuan adalah merupakan hasil dari tahu dan ini setelah orang melakukan penginderaan terhadap obyek tertentu. Penginderaan terjadi melalui panca indera manusia, yakni indera penglihatan, pendengaran, penciuman, rasa dan raba. Sebagian besar pengetahuan manusia diperoleh melalui mata dan telinga.²⁷

Pengetahuan adalah sesuatu yang diketahui. Ilmu adalah pengetahuan, tetapi pengetahuan belum tentu merupakan ilmu, sebab pengetahuan dapat diperoleh dengan

²⁵ Pengertian Pengetahuan, dalam <http://kbbi.web.id/Pengetahuan>, (diakses pada tanggal 27 Januari 2023, pukul 09.00 WIB.)

²⁶ Paulus Wahana, *Filsafat Ilmu Pengetahuan*, (Yogyakarta:Pustaka Diamond, 2016), 46

²⁷ Soekidjo Notoatmodjo, *Pendidikan dan Perilaku Kesehatan*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2003), 121.

atau tanpa metode ilmiah, artinya dapat diperoleh melalui pengalaman sehari-hari atau berupa informasi yang kita terima dari seseorang yang memiliki kewibawaan atau otoritas tertentu. Artinya pengetahuan adalah keseluruhan gagasan, pemikiran, ide, konsep dan pemahaman yang dimiliki manusia tentang dunia dan segala isinya, termasuk manusia dan kehidupannya.²⁸

Dari beberapa pengertian pengetahuan di atas dapat disimpulkan bahwa pengetahuan merupakan segala sesuatu yang diketahui yang diperoleh dari persentuhan panca indera terhadap objek tertentu. Pengetahuan pada dasarnya merupakan hasil dari proses melihat, mendengar, merasakan, dan berfikir yang menjadi dasar manusia dan bersikap dan bertindak.

Pengetahuan dikenal sebagai karakteristik yang mempengaruhi semua fase dalam proses pengambilan keputusan, secara spesifik pengetahuan adalah konstruk yang relevan dan penting yang mempengaruhi bagaimana konsumen mengumpulkan dan mengatur informasi. Seberapa banyak informasi digunakan untuk pembuatan keputusan dan bagaimana konsumen mengevaluasi produk dan jasa.²⁹

Pengetahuan dibagi menjadi tiga yaitu:³⁰

- 1) *Analytical Thinking* : Kemampuan untuk memahami situasi dengan cara rincinya menjadi berbagai bagian kecil, atau dengan cara melihat implikasi sebuah situasi secara rinci. Intinya memungkinkan seseorang untuk berpikir secara analitis atau sistematis terhadap sesuatu yang kompleks.
- 2) *Conceptual Thinking* : Memahami suatu masalah atau situasi dengan cara menempatkan setiap bagian menjadi satu kesatuan untuk mendapatkan hasil gambar yang lebih besar. Kemampuan dengan mengidentifikasi pola atau hubungan antar situasi yang tidak terkait, mengidentifikasi isu dasar kunci dalam situasi yang kompleks. *Conceptual Thinking* ini bersifat induktif atau konseptual, dan kreatif.
- 3) *Expertise* : Pengetahuan yang terkait pada pekerjaan (teknikal, profesional, dan manajerial), dan motivasi untuk memanfaatkan, memperluas, dan mendistribusikan pengetahuan itu sendiri.

²⁸ Darwis A. Soelaiman, *Filsafat Ilmu Pengetahuan: Prespektif Barat dan Islam*, (Aceh: Bandar Publishing, 2019), 26.

²⁹ Hendi Haryadi, *Administrasi Perkantoran Untuk Manajer dan Staf*, (Jakarta: Visimedia, 2009).

³⁰ Asih, "Peningkatan Kinerja Sumber Daya Manusia Melalui Inisiatif dan Orientasi Pembelajaran Serta Kemampuan Penyesuaian", *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 18, No.1 (2017), Hal. 96-105.

Pengetahuan konsumen adalah segala informasi yang dimiliki oleh konsumen yang memuat berbagai macam produk dan jasa tersebut dan informasi yang berhubungan dengan fungsinya sebagai seorang konsumen. Pengetahuan konsumen akan mempengaruhi keputusan pembelian. Semakin meningkatnya persaingan dalam dunia perbankan maka perbankan syariah mendorong untuk lebih berorientasi kepada konsumen atau nasabah. Untuk itu diperlukan upaya mengetahui perilaku dan pengetahuan konsumen. Ada beberapa alasan mengapa perilaku konsumen perlu dipahami:³¹

- 1) Dengan memahami konsumen atau nasabah akan menuntun pemasar kepada kebijakan pemasaran yang efisien.
- 2) Dengan berorientasi kepada konsumen, diharapkan pemasar dapat melakukan strategi yang baik dalam menghadapi kelebihan penawaran daripada permintaan di dunia bisnis.

Menurut Soekidjo Notoatmodjo mengatakan pengetahuan merupakan domain kognitif dan pengetahuan terhadap suatu objek memiliki tingkatan yang berbeda-beda. Pengetahuan yang cukup didalam domain kognitif mempunyai 6 tingkatan yaitu:³²

- 1) Tahu (*Know*)

Tahu diartikan sebagai mengingat suatu materi yang telah pelajari sebelumnya. Termasuk ke dalam pengetahuan tingkat ini adalah mengingat kembali (*recall*) sesuatu yang spesifik dari seluruh bahan yang dipelajari atau rangsangan yang telah diterima. Oleh sebab itu tahu ini merupakan tingkat pengetahuan yang paling rendah. Kata kerja untuk mengukur bahwa orang tahu tentang apa yang dipelajari antara lain menyebutkan, menguraikan, mendefinisikan, menyatakan dan sebagainya.

- 2) Memahami (*Comprehention*)

Memahami diartikan sebagai suatu kemampuan untuk menjelaskan secara benar tentang objek yang diketahui, dan dapat menginterpretasikan materi tersebut secara benar. Orang yang telah paham terhadap objek atau materi harus dapat menjelaskan, menyebutkan contoh, menyimpulkan, meramalkan, dan sebagainya terhadap objek yang dipelajari.

- 3) Aplikasi (*Application*)

³¹ Totok Subianto, *Studi Tentang Perilaku Konsumen Beserta Implikasinya terhadap Keputusan Pembelian*, Vol. 3, Jurnal Ekonomi Modernisasi, Oktober 2007, Hal. 179-180.

³² Soekidjo Notoatmodjo, *Pendidikan dan Perilaku Kesehatan*, 122.

Aplikasi diartikan sebagai kemampuan untuk menggunakan materi yang telah dipelajari pada situasi atau kondisi sebenarnya. Aplikasi disini dapat diartikan sebagai aplikasi atau penggunaan hukum-hukum, rumus, metode, prinsip dan sebagainya dalam konteks atau situasi yang lain.

4) Analisis (*Analysis*)

Analisis adalah kemampuan untuk menjabarkan materi atau suatu objek ke dalam komponen-komponen, tetapi masih di dalam satu struktur organisasi, dan masih ada kaitannya satu sama lain. Kemampuan analisis ini dapat dilihat dari penggunaan kata kerja, seperti dapat menggambarkan (membuat bagan), membedakan, memisahkan, mengelompokkan, dan sebagainya.

5) Sintesis (*Synthesis*)

Sintesis menunjuk kepada suatu kemampuan untuk meletakkan atau menghubungkan bagian-bagian di dalam suatu bentuk keseluruhan yang baru. Dengan kata lain sintesis adalah suatu kemampuan untuk menyusun formulasi baru dari formulasi-formulasi yang ada.

6) Evaluasi (*Evaluation*)

Evaluasi ini berkaitan dengan kemampuan untuk melakukan justifikasi atau penilaian terhadap suatu materi atau objek. Penilaian-penilaian itu didasarkan pada suatu kriteria yang ditentukan sendiri, atau menggunakan kriteria-kriteria yang telah ada.

2.2.2. Pengertian Produk Bank Syariah

Pengertian perbankan syariah dalam Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 Pasal 1 menjelaskan bahwa bank adalah suatu badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan dalam bentuk kredit dan bentuk lainnya dalam rangka untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat. Perbankan syariah adalah institusi atau lembaga keuangan yang tumbuh dan berkembang di Indonesia sejak hampir 18 tahun yang lalu, yang diawali dengan berdirinya Bank Muamalat Indonesia. Dalam UU Nomor 7 tahun 1992 yang direvisi menjadi UU Nomor 10 tahun 1998, dengan tegas menyatakan keberadaan dan berfungsinya Bank Islam. Dengan demikian, bank ini beroperasi dengan prinsip bagi hasil yang muamalah berdasarkan

syariah Islam dalam melakukan kegiatan usahanya. Sebagaimana Allah SWT berfirman dalam QS. Al Imran ayat 130 yang berbunyi³³ :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا مُّضَاعَفَةً ۖ وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya: Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kepada Allah agar kamu beruntung.

Bank syariah merupakan lembaga keuangan yang berfungsi memerlancar mekanisme ekonomi disektor riil melalui aktivitas kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah yaitu dengan menerapkan nilai-nilai keadilan, *maslahah*, sistem zakat, bebas dari bunga (*riba*), bebas dari kegiatan spekulatif yang nonproduktif seperti perjudian, bebas dari hal yang meragukan, bebas dari hal-hal yang rusak atau tidak sah, dan penggunaan uang sebagai alat tukar.³⁴

Berdasarkan prinsip syariah, perbankan syariah dibagi menjadi dua jenis yaitu:³⁵

- 1) Bank umum syariah, yang pada dasarnya sama dengan bank umum lainnya tetapi segala aktivitasnya didasarkan pada prinsip syariah yang dimana adanya pelarangan pengambilan bunga yang dalam Islam termasuk jenis riba yang dilarang dalam Islam.
- 2) Unit usaha syariah, yang prinsipnya sama dengan bank umum syariah tetapi keberadaannya merupakan cadangan dari bank konvensional yang cara pengelolaannya dipisahkan dari aktivitas bank konvensional.

Konsep akad dari bank syariah yaitu yang dimana akad (ikatan, keputusan, atau penguatan) atau perjanjian atau kesepakatan atau transaksi dapat diartikan sebagai komitmen yang terbingkai dengan nilai-nilai Syariah. Dalam istilah Fiqih, secara umum akad berarti sesuatu yang menjadi tekad seseorang untuk melaksanakan, baik yang muncul dari satu pihak, seperti wakaf, talak, dan sumpah, maupun yang muncul dari dua pihak, seperti jual beli, sewa, wakalah, dan gadai. Secara khusus akad berarti keterkaitan antara *ijab* (pernyataan penawaran/pemindahan kepemilikan) dan *qabul* (pernyataan penerimaan kepemilikan) dalam lingkup yang diisyaratkan dan berpengaruh pada sesuatu, rukun dalam akad ada tiga, yaitu pelaku akad; objek akad;

³³ Wilardjo, “Pengertian, Peranan, dan Perkembangan Bank Syari’ah di Indonesia”, hal.5.

³⁴ Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah: Konsep Dan Praktek di Beberapa Negara*, (Jakarta: Bank Indonesia, 2006), 29.

³⁵ Sigit Setiyo Nugroho, “Pengaruh Pengetahuan Produk Perbankan Syariah Terhadap Minat menabung Dosen FIAI KOPERTAIS III D.I Yogyakarta Di bank Syariah”, Skripsi (Yogyakarta: UII Yogyakarta, 2020), hal. 10.

Shighah atau pernyataan pelaku akad, yaitu *ijab* dan *qabul*. Pelaku akad haruslah orang yang mampu melakukan akad untuk diriya (*ahliyah*) dan mempunyai otoritas Syariah yang diberikan pada seseorang untuk merealisasikan akad sebagai perwakilan dari yang lain. Objek akad harus ada ketika terjadi akad, harus sesuatu yang disyariatkan, harus bisa diserahkan ketika terjadi akad, dan harus sesuatu yang jelas antara dua pelaku akad. Sementara itu, *ijab qabul* harus jelas maksudnya, sesuai antara *ijab* dan *qabul*, dan bersambung antara *ijab* dan *qabul*.

Produk-produk perbankan syariah secara garis besar dibagi menjadi tiga yaitu penghimpunan dana (*Funding*), penyaluran dana (*Financing*), dan produk jasa (*Service*). Berikut adalah produk-produk perbankan syariah³⁶ :

1) Tabungan

Tabungan adalah simpanan berdasarkan akad *wadi'ah* atau investasi dana berdasarkan *mudharabah* atau akad lainnya yang tidak bertentangan dengan syariah Islam yang penarikannya dapat dilakukan menurut syarat dan ketentuan tertentu yang disepakati, namun tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro, dan lainnya, menurut UU Perbankan syariah Nomor 21 Tahun 2008. Menurut fatwa DSN MUI No. 02/DSN-MUI/IV/2000, tabungan terdiri dari dua jenis yaitu tabungan yang tidak dibenarkan secara prinsip syariah berupa tabungan berdasarkan perhitungan bunga, dan tabungan yang dibenarkan secara prinsip syariah, berdasarkan prinsip *mudharabah* dan *wadi'ah*. Pada era sekarang ini, terdapat produk tabungan berencana yang karakteristiknya merupakan gabungan dari tabungan dan deposito. Jumlah minimal tertentu yang hampir sama dengan produk tabungan biasa tetapi nasabah secara rutin wajib menyetor dana sesuai dengan kemampuan membayarnya dan tidak boleh mengambil dalam jangka waktu tertentu. Bagi hasil pada tabungan berencana ini biasanya lebih besar daripada bagi hasil tabungan biasa, tetapi bagi hasil tabungan berencana lebih kecil daripada bagi hasil deposito. Tabungan ini sering digunakan oleh nasabah yang sulit mengatur keuangannya tapi memiliki keinginan terhadap sesuatu.

2) Deposito

Menurut UU Perbankan Syariah No.21 Tahun 2008, deposito adalah investasi dana berdasarkan akad *mudharabah* atau akad lainnya yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah, yang dimana penarikannya hanya bisa dilakukan pada waktu tertentu saja

³⁶ Sigit Setiyo Nugroho, “Pengaruh Pengetahuan Produk Perbankan Syariah Terhadap Minat menabung Dosen FIAI KOPERTAIS III D.I Yogyakarta Di bank Syariah”, Skripsi (Yogyakarta: UII Yogyakarta, 2020), Hal. 20-24.

berdasarkan akad antar nasabah penyimpan dengan bank syariah atau Unit Usaha Syariah. Dalam fatwa DSN MUI No. 03/DSN-MUI/IV/2000, terdapat dua jenis deposito yaitu deposito yang tidak dibenarkan menurut prinsip syariah atau deposito berdasarkan perhitungan bunga, dan deposito yang dibenarkan secara prinsip syariah atau deposito berdasarkan prinsip *mudharabah*. Deposito memiliki bagi hasil yang lebih tinggi daripada tabungan, deposito merupakan bentuk simpanan milik nasabah jumlah dan jangka waktu tertentu yang telah disepakati. Produk ini biasanya digunakan oleh nasabah yang memiliki kelebihan dana sehingga selain bertujuan untuk menyimpan dana, juga bertujuan untuk sarana berinvestasi.

3) Giro

Menurut UU Perbankan syariah No. 21 Tahun 2008, giro merupakan simpanan berdasarkan akad *wadi'ah* atau akad lainnya yang tidak bertentangan dengan prinsip Islam, yang penarikannya dapat dilakukan kapan saja dengan menggunakan cek, bilyet giro, dan perintah pemindah bukuan. Dalam fatwa DSN MUI No. 01/DSN-MUI/IV/2000, menyebutkan bahwa giro merupakan simpan pinjam yang penarikannya dapat dilakukan kapan saja dengan menggunakan cek, bilyet giro, sarana perintah pembayaran lainnya, atau dengan pemindah bukuan. Giro merupakan simpanan nasabah yang tidak terdapat bagi hasil, dan pengambilan dana menggunakan cek biasanya digunakan oleh perusahaan atau yayasan, atau badan hukum lainnya dalam proses keuangan. Walaupun tidak terdapat bagi hasil, pihak bank berhak memberikan bonus pada nasabah yang jumlahnya tidak ditentukan di awal, tergantung pada kebaikan pihak bank.

4) Produk Penyaluran Dana (*Financing*)

Merupakan penyaluran dana yang diberikan oleh satu pihak ke pihak lain untuk mendorong investasi yang telah direncanakan, baik individu maupun lembaga. Produk penyaluran dana kepada nasabah secara garis besar dibagi menjadi tiga yaitu pembiayaan dengan menggunakan prinsip jual beli seperti *Bai' Murabahah*, *Bai' as Salam*, dan *Bai' al Istishna*, pembiayaan dengan menggunakan prinsip sewa seperti *ijarah* dan *ijarah muntahiya bit-tamlik*, pembiayaan dengan menggunakan prinsip bagi hasil seperti *musyarakah*, *mudharabah*, *muzara'ah*, dan *musaqah*.

5) Produk Jasa (*Service*)

Produk-produk jasa perbankan dengan pola lainnya pada umumnya menggunakan akad-akad *tabarru'* yang dimaksud tidak untuk mencari keuntungan, tetapi dimaksudkan sebagai fasilitas pelayanan kepada nasabah dalam melakukan transaksi perbankan. Oleh

karena itu bank sebagai penyedia jasa hanya membebani biaya administrasi. Fungsinya selain sebagai penghubung antara pihak yang memiliki dana lebih dengan pihak yang kekurangan dana, bank syariah juga dapat melakukan berbagai pelayanan jasa kepada nasabah dengan mendapatkan imbalan. Jasa tersebut antara lain adalah sebagai *sharf* (jual beli valuta asing), dan *wadi'ah* (Titipan).

2.2.3. Indikator Pengetahuan

Pengetahuan terdiri dari informasi yang telah tersimpan di dalam ingatan pengetahuan. Informasi yang didapat berupa produk atau jasa akan sangat mempengaruhi pola pembelian konsumen.³⁷

Indikator pengetahuan perbankan syariah sebagai berikut³⁸ :

- 1) Pengetahuan informasi perbankan syariah: Pengetahuan merupakan suatu informasi yang dimiliki seseorang tentang apa itu perbankan syariah, informasi mengenai nisbah perbankan syariah, dan informasi lainnya.
- 2) Pengetahuan produk perbankan syariah: Pengetahuan produk merupakan kumpulan berbagai macam informasi mengenai produk apa saja yang dijalankan dalam perbankan syariah.
- 3) Pengetahuan mengenai manfaat produk perbankan syariah: Dalam hal manfaat produk bank syariah, seorang nasabah sebelum memilih bank syariah mereka harus mengetahui manfaatnya seperti bank syariah terhindar dari riba, dzalim, dan bertentangan dengan larangan yang ada pada syariat Islam.
- 4) Pengetahuan mengenai kepuasan yang diberikan oleh produk perbankan syariah: Pengetahuan dalam hal ini akan memberikan kepuasan di dalam diri konsumen jika produk tersebut telah digunakan oleh konsumen. Produk akan memberikan kepuasan maksimal, maka konsumen harus dapat menggunakan atau mengkonsumsi produk tersebut dengan benar sesuai kebutuhan.

2.3. Motivasi Mahasiswa Bertransaksi di Bank Syariah

2.3.1. Pengertian Motivasi

Menurut Engel, Blackwell dan Miniard kebutuhan atau motif diaktifkan ketika ada ketidakcocokan yang memadai antara keadaan aktual dan keadaan yang diinginkan. Karena ketidakcocokan ini meningkat, hasilnya adalah pengaktifan suatu kondisi

³⁷ Peter, J. Paul and Jerry C. Olson dialih bahasakan oleh Damos Sihombing, 1999, *Consumer Behavior and Marketing Strategy*, 4th ed. The Mc Graww-Hill Companies, inc, Hal.7.

³⁸ Donni Juni, *Perilaku Konsumen*, (Bandung: Alfabeta, 2017), Hal. 132-137.

kegairahan yang dipacu sebagai dorongan (*drive*). Semakin kuat dorongan tersebut semakin besar urgensi respon yang diharapkan.³⁹ Menurut Schiffman dan Kanuk motivasi dapat digambarkan sebagai kekuatan pendorong dalam diri seseorang yang memaksanya melakukan sesuatu untuk memenuhi kebutuhan.⁴⁰ Sedangkan Ujang Sumarwan menyebutkan bahwa motivasi muncul sebab tidak terpenuhinya kebutuhan seseorang. Hal tersebut mendorongnya untuk melakukan tindakan agar kebutuhan tersebut terpenuhi.⁴¹

Abraham Maslow seorang psikolog klinik mempostulasi bahwa ada lima tingkat kebutuhan manusia yang disusun berdasarkan tingkat kepentingannya, dari yang terendah (*biogenic*) sampai yang tertinggi (*psikogenic*). Teori ini menyatakan bahwa individu akan memuaskan kebutuhan yang lebih rendah sebelum kebutuhan yang lebih tinggi muncul, sedangkan perilaku seseorang akan didorong oleh motivasi untuk memenuhi kebutuhan yang lebih rendah, jika sudah terpenuhi maka akan muncul kebutuhan berikutnya yang lebih tinggi dan individu terdorong lagi untuk memenuhi kebutuhannya sebagaimana dibawah ini:⁴²

1) Kebutuhan Fisiologis

Merupakan kebutuhan yang wajib terpenuhi yang berfungsi untuk mempertahankan kehidupan biogeniknya, kebutuhan ini juga disebut sebagai kebutuhan dasar atau primer, karena kebutuhan ini berkaitan dengan pertahanan eksistensi kehidupan. Kebutuhan fisiologis ini termasuk seperti makanan, minuman, udara, tempat tinggal dan sebagainya.

2) Kebutuhan Rasa Aman

Kebutuhan rasa aman akan muncul ketika kebutuhan mendasarnya yaitu fisiologis tercapai dan nantinya akan mendorong seseorang untuk berperilaku. Arti dari rasa aman disini yaitu rasa aman secara fisik dan rasa aman secara non fisik.

3) Kebutuhan Sosial

Merupakan kebutuhan akan adanya rasa cinta, rasa sayang, rasa memiliki, dan rasa memperoleh penerimaan. Orang akan mencari kepuasan dari hubungan antar manusia dan mereka akan termotivasi untuk mencintai dan dicintai oleh keluarganya dan diterima oleh kelompok di lingkungan sosialnya.

³⁹ James F.Engel, Roger D. Blackwell, Miniard, *Perilaku Konsumen Edisi 6 Jilid 1*, terj.F.X Budiyanto (Jakarta: Binarupa Aksara, 1994), 283

⁴⁰ Schiffman dan Kanuk, *Motivasi* (Jakarta: Erlangga, 2004), 31.

⁴¹ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2009), 23.

⁴² Abraham H. Maslow, *Motivation And Personality*. Penerjemah Achmad Fawaid & Maufur (Yogyakarta: Cantrik Pustaka).

4) Kebutuhan Ego

Kebutuhan ego akan muncul jika kebutuhan sosial sudah terpenuhi, kebutuhan tampak sebagai kebutuhan yang berorientasi dari dalam atau dari luar atau bisa juga keduanya, seperti penerimaan diri, rasa harga diri atau kesuksesan.

5) Kebutuhan Aktualisasi Diri

Kebutuhan aktualisasi diri mengarah pada keinginan individu untuk memenuhi potensi dalam dirinya menjadi seseorang yang mampu melakukan sesuatu (*self full fillment*). Dalam istilah yang dibuat Maslow “ Apa yang orang lain bisa, ia harus bisa”. Kebutuhan ini diekspresikan dengan cara yang berbeda oleh orang yang berbeda.

Motivasi merupakan suatu hal yang menyebabkan, menyalurkan dan mendukung perilaku manusia. Motivasi dikatakan sangat penting jika konsumen bisa mendapatkan tujuan yang diinginkan secara optimum. Motivasi dapat juga didefinisikan sebagai inisiatif, pengarahan ataupun tingkah laku, atau bisa diartikan pelajaran. Motivasi juga bisa diartikan sebagai dorongan mental yang menggerakkan dan mengarahkan perilaku manusia, termasuk perilaku konsumen.⁴³ Motivasi seseorang berawal dari kebutuhan, keinginan, dan dorongan untuk bertindak demi tercapainya kebutuhan atau tujuan. Hal ini menandakan seberapa kuat dorongan, usaha, dan intensitas dan kesediaannya untuk berkorban demi tercapainya tujuan. Dalam hal ini semakin kuat dorongan atau motivasi dan semangat akan semakin tinggi kinerjanya.⁴⁴

Motivasi merupakan kekuatan pendorong di dalam diri seseorang yang dihasilkan oleh suatu keadaan yang menekan, yang terjadi akibat kebutuhan dan keinginan yang tidak terpenuhi. Jika seseorang mempunyai motivasi yang tinggi terhadap objek tersebut, maka dia akan secara otomatis terdorong untuk berperilaku menggunakan produk tersebut, sebaliknya jika motivasi seseorang tersebut rendah maka dia akan mencoba berbagai cara untuk menghindari objek yang bersangkutan.⁴⁵

2.3.2. Dinamika Proses Motivasi

Motivasi bisa muncul jika seseorang merasakan adanya kebutuhan terhadap suatu hal atau barang, dan berharap akan memperoleh manfaat tertentu dari barang atau hal tersebut. Agar pemberian motivasi berjalan dengan lancar, proses motivasi yang jelas

⁴³ Nugroho J. Setiadi, “*Perilaku Konsumen*”, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group: 2003), Hal. 25.

⁴⁴ Lukman Hakim, “*Pengaruh Orientasi Pembelajaran Motivasi Kerja Dan Komitmen Terhadap Kinerja Madrasah Swasta*,” *Walisongo: Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan* 19, No. 2 (2011), Hal. 359.

⁴⁵ Damiati, et al, “*Perilaku Konsumen*” , (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2017), Hal. 56.

harus ada. Menurut Setiadi dalam bukunya perilaku konsumen pendekatan praktis disertai himpunan jurnal penelitian, berikut ini adalah proses motivasi terdiri dari⁴⁶:

1) Tujuan

Perusahaan harus bisa menentukan terlebih dahulu tujuan yang ingin dicapai, baru kemudian memotivasi konsumen ke arah itu. Begitu juga dari sudut konsumen.

2) Pemahaman Kepentingan

Perusahaan harus bisa memahami keinginan konsumen, tidak hanya melihatnya dari kepentingan perusahaan semata. Tugas produsen atau penjual adalah memenuhi kebutuhan atau keinginan konsumen.

3) Komunikasi Efektif

Komunikasi efektif berarti melakukan komunikasi dengan baik terhadap konsumen agar konsumen dapat mengetahui apa yang harus mereka lakukan dan apa yang bisa mereka dapatkan. Promosi dengan berbagai bentuknya, periklanan, penjualan perseorangan, promosi penjualan, dan publisitas, adalah wujud komunikasi produsen, penjual dengan konsumen.

4) Integrasi Tujuan

Proses motivasi diperlukan untuk menyatukan tujuan perusahaan dan tujuan kepentingan konsumen. Tujuan perusahaan adalah pencarian laba serta perluasan pasar, sedangkan tujuan individu konsumen adalah pemenuhan kebutuhan dan kepuasan. Kedua kepentingan di atas disatukan dan untuk itu, penting adanya penyesuaian motivasi. Dengan begitu, terjadi hubungan yang saling menguntungkan. Produsen menjadi pemberi solusi bagi permasalahan konsumen, yaitu dengan adanya bermacam macam kebutuhan dan keinginan.

5) Fasilitas

Perusahaan harus memberi fasilitas agar konsumen mudah mendapatkan barang dan jasa yang dihasilkan oleh perusahaan.

2.3.3. Metode dan Bentuk Pemberian Motivasi

Ada banyak cara yang dapat dilakukan untuk memberikan motivasi kepada konsumen. Setiadi dalam bukunya perilaku konsumen pendekatan praktis disertai himpunan jurnal penelitian menyatakan bahwa :⁴⁷

⁴⁶ Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen: Prospektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*, Edisi Revisi, (Jakarta: Kencana Prenada Meda Group, 2003), 98-99.

⁴⁷ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, 30.

- 1) Metode langsung (*direct motivation*), yaitu motivasi yang diberikan secara langsung kepada setiap konsumen untuk memenuhi kebutuhan serta kepuasannya. Metode ini bersifat khusus, seperti bonus, tunjangan, penghargaan terhadap pelanggan, dan sebagainya.
- 2) Metode tidak langsung (*indirect motivation*), yaitu motivasi yang diberikan hanya berupa fasilitas-fasilitas yang mendukung serta menunjang gairah konsumen untuk melakukan pembelian, seperti pelayanan yang memuaskan dan kualitas barang yang ditingkatkan.

Beberapa bentuk motivasi yang diberikan oleh perusahaan dapat berupa intensif positif atau intensif negatif yaitu:

- 1) Motivasi positif (*intensif positif*) adalah motivasi yang diberikan oleh produsen yang tidak hanya berupa sejumlah uang, tetapi juga bisa memotivasi (merangsang konsumen), misalnya pemberian hadiah, diskon, dan pelayanan.
- 2) Motivasi negatif (*intensif negatif*) adalah motivasi yang dikaitkan dengan pemberian ganjaran pada sejumlah pembelian tertentu.

Kedua bentuk motivasi di atas sering digunakan oleh suatu perusahaan. Penggunaan intensif positif atau intensif negatif harus tepat dan seimbang agar dapat meningkatkan motivasi konsumen. Keduanya terkadang digunakan secara bersamaan, tergantung pada kebijakan perusahaan.

2.3.4. Ciri-Ciri Motivasi

Berikut adalah ciri-ciri motivasi yaitu⁴⁸ :

1. Motif bisa diartikan majemuk, maksudnya dalam suatu perbuatan individu tidak hanya mempunyai satu tujuan, namun beberapa tujuan yang berlangsung bersamaan.
2. Motif dapat berubah, maksudnya motif bagi seseorang seringkali mengalami perubahan, disebabkan karena adanya keinginan manusia selalu berubah-ubah sesuai dengan kebutuhan maupun kepentingannya. Dalam hal ini motif individu sangat dinamis dan gerakannya mengikuti kepentingan-kepentingan individu.
3. Motif bisa diartikan berbeda-beda bagi individu, dimana dua orang melakukan pekerjaan sama, tetapi ternyata terdapat perbedaan motif.

⁴⁸ Nugroho J. Setiadi, "*Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*", (Jakarta: Kencana Pernada Group, 2003), Hal. 28.

Beberapa motif tidak disadari oleh pelakunya, sehingga beberapa dorongan yang muncul seringkali disebabkan karena berhadapan dengan situasi-situasi yang kurang menguntungkan lalu ditekan di alam bawah sadarnya. Dengan demikian seringkali jika ada dorongan dari dalam yang kuat sekali menjadikan individu yang bersangkutan tidak bisa memahami motifnya.

2.3.5. Indikator Motivasi

Indikator motivasi yaitu sebagai berikut⁴⁹:

1. Motivasi Intrinsik, Motivasi ini muncul karena motif yang timbul dari dalam diri konsumen itu sendiri. Motif ini mampu aktif atau berfungsi tanpa adanya rangsangan dari luar. Faktor yang mendorong konsumen untuk melakukan pembelian/mengonsumsi produk adalah:
 - a. Minat, konsumen akan merasa terdorong untuk melakukan suatu kegiatan jika kegiatan tersebut merupakan kegiatan yang sesuai dengan minatnya.
 - b. Sikap Positif, konsumen yang mempunyai sifat positif terhadap suatu pekerjaan akan rela untuk ikut dan terlibat dalam kegiatan tersebut, serta akan berupaya seoptimal mungkin untuk menyelesaikan pekerjaan dengan sebaik-baiknya.
2. Motivasi Ekstrinsik, motivasi ini muncul karena adanya rangsangan dari luar. Dua faktor utama yang berkaitan dengan motivasi ekstrinsik konsumen adalah berkenaan dengan:
 - a. Motivator, berkaitan dengan kemampuan daya beli, kebutuhan akan prestise kebutuhan eksistensi, dan lain-lainnya.
 - b. Stimulus, berasal dari perusahaan yang akan mendorong konsumen untuk bersikap dan berperilaku.

2.4. Minat Bertransaksi di Bank Syariah

2.4.1. Pengertian Minat

Menurut kamus besar Bahasa Indonesia, minat adalah kecenderungan dan kegairahan yang tinggi atau keinginan yang besar terhadap sesuatu.⁵⁰ Sedangkan menurut istilah adalah suatu perangkat mental yang terdiri dari suatu campuran dari

⁴⁹ Donni Juni, "*Perilaku Konsumen*", (Bandung: Alfabeta, 2017), Hal. 161-162.

⁵⁰ Pengertian Minat, dalam <http://kbbi.web.id/persepsi>, (diakses pada tanggal 27 Januari 2023, pukul 10.33 WIB.)

perasaan, harapan, pendirian, prasangka, atau kecenderungan lain yang mengarahkan individu kepada suatu pilihan tertentu.⁵¹

Minat merupakan kecenderungan untuk memperhatikan dan mengingat sesuatu secara terus menerus. Minat berkaitan erat dengan perasaan terutama perasaan senang, oleh karena itu dapat diartikan minat terjadi karena sikap senang terhadap sesuatu. Seseorang yang berminat terhadap sesuatu berarti seseorang itu akan menyukainya.⁵²

Sardirman menyatakan bahwa minat adalah kondisi yang terjadi bila seseorang melihat suatu ciri atau arti yang memiliki hubungan dan keinginannya sendiri. Jadi apa yang dilihat seseorang akan membangkitkan minatnya dilihat sejauh mana yang dilihat itu memiliki hubungan dengan kepentingannya. Dapat disimpulkan bahwa minat merupakan kecenderungan jiwa seseorang pada seseorang dan disertai dengan perasaan senang, karena ada kepentingan dengan itu.⁵³ W. S Wingkel dalam bukunya menyatakan bahwa minat merupakan kecenderungan yang agak menetap untuk merasa tertarik pada bidang-bidang tertentu dan merasa ingin berkecimpung di dalamnya.⁵⁴

Menurut Donni Juni Priansa minat merupakan pemusatan perhatian yang disertai dengan perasaan senang terhadap barang tersebut, kemudian minat individu tersebut menimbulkan keinginan sehingga timbul perasaan yang meyakinkan bahwa barang tersebut mempunyai manfaat sehingga ingin memiliki barang tersebut dengan cara membayar atau mengukur dengan uang.⁵⁵ Sedangkan menurut Kotler dan Keller menyatakan bahwa minat adalah perilaku konsumen yang muncul sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan keinginan seseorang untuk melakukan pembelian.⁵⁶

Minat merupakan motivasi yang mendorong orang untuk melakukan apa yang mereka inginkan dan mereka juga bebas memilih, atau ketika mereka melihat bahwa sesuatu akan menguntungkan dan juga mereka merasa berminat. Setiap minat akan memuaskan suatu kebutuhan, sedangkan dalam melakukan fungsinya kehendak itu berhubungan erat dengan pikiran dan perasaan. Pikiran mempunyai kecenderungan

⁵¹ Andi Mappier, *Psikologi Remaja*, (Surabaya: Usaha Nasional, 1997), 62.

⁵² Sabri Alisuf, "*Psikologi Pendidikan Berdasarkan Kurikulum Nasional*", Hal. 45.

⁵³ Aina Mulyana, Sholeh Hidayat, dan Sholih, "Hubungan Antara Persepsi Minat, dan Sikap Siswa Dengan Hasil Belajar Siswa Dalam Pembelajaran PKN", *Jurnal Pendidikan dan Kebudayaan* 19, No. 3 (2013), Edisi 3, Hal. 15-30.

⁵⁴ W. S Wingkel, *Psikologi dan Evaluasi Belajar*, (Jakarta: Gramedia, 2008), 42.

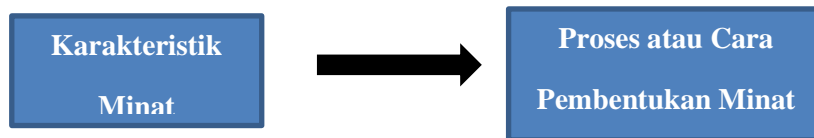
⁵⁵ Muhammad Syafii Antonio, *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktek*, (Jakarta: Gema Insani, 2001), 164.

⁵⁶ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Jilid 1 edisi ke 13*, (Jakarta: Erlangga, 2008), 145.

bergerak dalam sektor rasional analisis, sedangkan perasaan yang bersifat halus/tajam lebih mendambakan kebutuhan.⁵⁷

Karakteristik dan cara pembentukan minat adalah sebagai berikut:⁵⁸

Gambar 2. 2



- | | |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none">• Minat menimbulkan sikap positif terhadap objek.• Adanya sesuatu yang menyenangkan yang timbul dari suatu objek.• Mendapatkan sesuatu yang menjadi keinginan untuk mendapatkan sesuatu yang menjadi minatnya. | <ul style="list-style-type: none">• Memberikan informasi yang seluas-luasnya• Memberikan rangsangan dengan cara memberi hadiah berupa barang atau sanjungan yang dilakukan oleh individu yang berkaitan dengan objek.• Mendekatkan individu terhadap objek.• Belajar dari pengalaman. |
|--|--|

Tahapan minat pembelian konsumen diuraikan oleh Kotler dan Keller yaitu sebagai berikut⁵⁹ :

1) Perhatian (*Attention*)

Tahap ini merupakan tahap awal dalam menilai suatu produk atau jasa sesuai dengan kebutuhan calon pelanggan, selain itu calon pelanggan juga mempelajari produk atau jasa yang ditawarkan.

2) Tertarik (*Interest*)

Dalam tahap ini calon pelanggan mulai tertarik untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan, setelah mendapatkan informasi yang lebih terperinci mengenai produk atau jasa yang ditawarkan.

3) Hasrat (*Desire*)

Calon pelanggan mulai memikirkan serta berdiskusi mengenai produk atau jasa yang ditawarkan, karena hasrat dan keinginan untuk membeli mulai timbul. Dalam tahap ini calon pelanggan sudah mulai berminat terhadap produk yang ditawarkan.

⁵⁷ Sokhikhatul Mawadah and Fernaldi Anggadha Ratno, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Menjadi Anggota KSPM UIN Walisongo Semarang Dalam Perspektif Islam,” Muqtasid: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah 8, no. 2 (2018), Hal. 141.

⁵⁸ Pengertian, Karakteristik, Jenis, dan Syarat Bagi Hasil, diakses 27 Januari 2023, pukul 11.00 WIB, <https://www.kajianpustaka.com/2018/02/pengertian-karakteristik-jenis-syarat-bagi-hasil.html>.

⁵⁹ Philip Kotler and Kevin Lane Keller, *Marketing Managemen*, (Jakarta: Erlangga, 2008), 146.

Tahap ini ditandai dengan munculnya minat yang kuat dari calon pelanggan untuk membeli dan mencoba produk atau jasa yang ditawarkan.

4) Tindakan (*Action*)

Pada tahap ini calon pelanggan telah mempunyai kemantapan yang tinggi untuk membeli atau menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan.

5) Perilaku Pascapembelian

Pada tahap ini konsumen akan menentukan apakah akan membeli produk kembali atau membicarakan hal-hal menyenangkan dan tidak menyenangkan mengenai produk kepada orang lain. Semakin besar kesenjangan antara harapan dan realita kinerja produk, maka semakin besar ketidakpuasan konsumen yang terjadi serta kemungkinan akan mengabaikan dan mengembalikan produk tersebut serta akan mengajukan keluhan kepada perusahaan tersebut.

2.4.2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat

Faktor-faktor yang mempengaruhi minat menurut Nugroho J. Setiadi (2003) yaitu sebagai berikut ⁶⁰:

- 1) Motivasi, merupakan dorongan, keinginan atau hasrat ingin memiliki dari dalam diri.
- 2) Persepsi, merupakan proses seseorang dalam memilih, mengorganisasikan, dan mengartikan masukan informasi untuk menciptakan suatu gambaran yang berarti di dunia. Seseorang yang telah termotivasi siap untuk bertindak.

Sedangkan menurut Abdul rahman Shaleh dan Muhib Abdul Wahab menyebutkan ada tiga faktor yang mendasari minat seseorang yaitu:⁶¹

- 1) Faktor dari dalam diri individu. Kebutuhan ini berupa kebutuhan yang berhubungan dengan jasmani dan kejiwaan yang diartikan sebagai rasa.
- 2) Faktor motif sosial. Munculnya minat seseorang dapat didorong dari motif sosial, yaitu kebutuhan untuk mendapatkan penghargaan dan lingkungan dimana mereka berada.
- 3) Faktor emosional. Merupakan ukuran intensitas seseorang dalam menaruh perhatian terhadap suatu kegiatan atau objek tertentu.

⁶⁰ Nugroho J. Setiadi, "*Perilaku Konsumen*", (Jakarta: Kencana Prenada Media Group: 2003), Hal. 14.

⁶¹ Abdul Rahman Shaleh, Muhib Abdul Wahab, "*Psikologi Sebagai Pengantar*". Jakarta: Kencana, 2004, Hal. 264.

2.4.3. Indikator Minat

Indikator-indikator yang mempengaruhi minat yaitu⁶² :

- 1) Minat Transaksional, yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli suatu produk.
- 2) Minat Referensi, minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang lebih ke arah mereferensikan produk yang sudah dibelinya agar dibeli juga oleh orang lain dengan referensi pengalaman dari konsumennya.
- 3) Minat Preferensi, menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki preferensi utama pada produk. Minat ini dapat digantikan hanya jika terjadi sesuatu dengan produk preferensinya.
- 4) Minat Eksploratif, menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat positif dari produk tersebut.

2.5. Penelitian Terdahulu

Setelah melakukan telaah dari beberapa karya tulis, terdapat penelitian yang relevan dengan judul yang peneliti lakukan, yakni :

- 1) Penelitian Aris Tri Cahyono, et al (2022) dalam Jurnal Akuntansi Politeknik Negeri Samarinda Vol. 18 No. 1 dengan judul “Pengaruh pengetahuan, Reputasi, Religiusitas, dan Motivasi Terhadap Minat Menabung Pada PT Bank Syariah Indonesia KCP Bung Tomo (Studi Pada Masyarakat Kelurahan Sungai Keledang)” menyatakan bahwa dalam penelitian ini variabel pengetahuan memiliki pengaruh terhadap minat masyarakat menabung pada PT Bank Syariah Indonesia KCP Bung Tomo yang mana semakin tinggi pengetahuan masyarakat tentang PT Bank Syariah Indonesia KCP Bung Tomo, maka akan semakin tinggi pula minat masyarakat menabung pada PT Bank Syariah Indonesia KCP Bung Tomo. Variabel reputasi terdapat penurunan berdasarkan nilai t hitung $< t$ tabel ($1,249 < 1,981$) dan nilai sig. 0,214. Yang artinya bahwa variabel reputasi tidak memiliki pengaruh dan tidak signifikan terhadap minat masyarakat menabung pada PT Bank Syariah Indonesia KCP Bung Tomo, hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi variabel reputasi yang diberikan oleh PT Bank Syariah Indonesia KCP Bung Tomo, belum tentu dapat meningkatkan minat masyarakat

⁶² Donni Juni Priansa, “*Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*”, Hal. 168-169.

menabung pada PT Bank Syariah Indonesia KCP Bung Tomo. Variabel motivasi memiliki pengaruh terhadap minat masyarakat menabung pada PT Bank Syariah Indonesia KCP Bung Tomo yang didasarkan pada hasil uji T tabel dengan nilai t hitung $>$ t tabel sebesar ($2.423 > 1,981$) dan nilai sig. $0,017 < 0,05$. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi nilai motivasi dalam diri seseorang untuk menyimpan dana, maka semakin tinggi pula minat masyarakat untuk menabung. Begitupun dengan nilai motivasi dari luar diri seseorang yang dipengaruhi oleh faktor lingkungan, kehidupan sosial dan promosi yang dilakukan oleh bank itu sendiri.

Persamaan dari penelitian ini yaitu sama-sama meneliti tentang pengaruh pengetahuan dan motivasi terhadap minat. Sedangkan perbedaannya yaitu terletak pada pemilihan subjek, lokasi, dan waktu penelitian yang berbeda.

- 2) Penelitian Saskia Putri, et al (2021) dalam Jurnal Kajian Ekonomi Vol. 2 No. 1 yang berjudul “Pengaruh Produk, Pelayanan dan Motivasi Menghindari Riba Terhadap Keputusan Mahasiswa Menjadi Nasabah Bank Syariah” yang menyatakan produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa menjadi nasabah bank syariah pada Mahasiswa Ekonomi Syariah Angkatan 2018 UIN Raden Intan Lampung. Hal tersebut ditunjukkan dari hasil signifikansi sebesar 0,001 dan koefisiensi regresi 0,516. Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa menjadi nasabah bank syariah pada Mahasiswa Ekonomi Syariah Angkatan 2018 UIN Raden Intan Lampung. Hal tersebut ditunjukkan dari hasil signifikansi sebesar 0,001 dan koefisiensi regresi 0,465. Motivasi menghindari riba tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa menjadi nasabah bank syariah pada Mahasiswa Ekonomi Syariah Angkatan 2018 UIN Raden Intan Lampung. Hal tersebut ditunjukkan dari hasil signifikansi sebesar 0,814 dan koefisiensi regresi -0,035. Hasil uji koefisien determinasi sebesar 0,683 atau 68,3%, yang menunjukkan bahwa keputusan mahasiswa menjadi nasabah bank syariah pada mahasiswa ekonomi syariah angkatan 2018 UIN Raden Intan Lampung dapat dijelaskan oleh produk, pelayanan, dan motivasi menghindari riba sebesar 68,3% sedangkan sisanya 31,7% dijelaskan pada faktor-faktor lain yang tidak dibahas di penelitian ini

Persamaan pada penelitian Putri dengan yang dilakukan oleh peneliti yaitu terletak pada variabel pengaruh pengetahuan produk dan motivasi

dalam menggunakan bank syariah. Sedangkan perbedaannya yaitu perbedaannya yaitu terletak pada pemilihan subjek, lokasi, dan waktu penelitian.

- 3) Penelitian yang dilakukan oleh Andre Muzakir, et al (2022), dalam Jurnal Perbankan Syariah Vol.1 No.1 yang berjudul “Analisis Faktor-Faktor yang mempengaruhi Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah (Studi pada Masyarakat Desa Lajut Kecamatan Praya Tengah)” menyatakan bahwa variabel kepercayaan, persepsi, dan promosi berpengaruh terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah dengan tingkat signifikansi variabel kepercayaan sebesar $0,028 < 0,05$, tingkat signifikansi variabel persepsi sebesar $0,002 < 0,05$, dan tingkat signifikansi promosi sebesar $0,002 < 0,05$. Sedangkan variabel pengetahuan tidak berpengaruh terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah dengan tingkat signifikansi sebesar $0,356 > 0,05$.

Persamaan dari penelitian ini yaitu sama-sama meneliti tentang pengaruh pengetahuan terhadap minat. Sedangkan perbedaannya yaitu terletak pada pemilihan subjek, lokasi, dan waktu penelitian yang berbeda.

- 4) Penelitian Eko Dwi Prasetyo, et al (2022) dalam Jurnal Pendidikan Ekonomi Vol. 5 No. 1 yang berjudul “Pengaruh Pengetahuan Perbankan Syariah dan Lingkungan Keluarga terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Bank Syariah” menyatakan bahwa variabel pengetahuan perbankan syariah (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang menabung di bank syariah. Hal ini terjadi karena masih kurangnya pengetahuan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang mengenai perbankan syariah dan terdapat variabel lain yang dapat mempengaruhi minat mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang menabung di bank syariah. Variabel lingkungan keluarga (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang menabung di bank syariah. Sehingga bisa disimpulkan semakin dekat hubungan mahasiswa di lingkungan keluarganya, maka akan semakin meningkatkan minat untuk menabung di bank syariah.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Prasetyo yaitu sama-sama meneliti tentang pengaruh mahasiswa terhadap minat. Sedangkan letak perbedaannya yaitu subjek, waktu, dan lokasi penelitian yang berbeda.

- 5) Penelitian Cut Khairani, et al (2021) dalam Jurnal Ilmiah Mahasiswa Vol.3 No.2 yang berjudul “Pengaruh Pengetahuan, Persepsi, Perilaku Bisnis dan Motivasi

terhadap Minat Bertransaksi di Perbankan Syariah (Studi Kasus Pada Pelaku Bisnis Pasar Tradisional Kota Kuala Simpang)” menyatakan bahwa nilai t hitung untuk pengetahuan sebesar $2.028 > 1.994$ t tabel dan nilai signifikan $0.046 <$ dari 0.05 , maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, bahwa secara parsial pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap minat bertransaksi di perbankan syariah. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan nilai t hitung untuk persepsi sebesar $0.449 <$ t tabel 1.994 dan nilai signifikan $0,655 >$ dari 0.05 , maka H_1 ditolak dan H_0 diterima, bahwa secara parsial persepsi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat bertransaksi di perbankan syariah. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan nilai t hitung untuk perilaku sebesar $2.056 >$ t tabel 1.994 dan nilai signifikan $0,044 <$ dari alpha 0.05 , maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, bahwa secara parsial perilaku berpengaruh signifikan terhadap minat bertransaksi di perbankan syariah. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan nilai t hitung untuk motivasi sebesar $2.363 >$ t tabel 1.994 dan nilai signifikan $0,021 <$ dari alpha 0.05 , maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, bahwa secara parsial motivasi berpengaruh signifikan terhadap minat bertransaksi di perbankan syariah. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa variabel pengetahuan, persepsi, perilaku dan motivasi yang terjadi pada secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat bertransaksi di perbankan syariah, ini dibuktikan dengan nilai F hitung $3,46 >$ F tabel $2,35$.

Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Khairani dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu terletak pada subjek penelitiannya, serta lokasi dan waktu penelitian yang berbeda juga. Persamaannya yaitu meneliti tentang pengaruh variabel X terhadap minat variabel Y.

- 6) Penelitian Niken Nastiti, et al (2018) dalam Jurnal Manajemen dan Bisnis yang berjudul “Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan Perbankan, Pengetahuan Produk Perbankan, Pengetahuan Pelayanan Perbankan, dan Pengetahuan Bagi Hasil Terhadap Preferensi Menggunakan Jasa Perbankan Syariah” yang menyatakan variabel pengetahuan perbankan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap preferensi menggunakan jasa perbankan syariah. Hasil positif ini mempunyai arti bahwa semakin tinggi tingkat pengetahuan perbankan seseorang maka semakin tinggi pula preferensi menggunakan jasa perbankan syariah. Penelitian variabel pengetahuan produk perbankan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap preferensi menggunakan jasa

perbankan syariah. Hasil positif ini mempunyai arti bahwa semakin tinggi tingkat pengetahuan produk perbankan seseorang maka semakin tinggi preferensi menggunakan jasa perbankan syariah.

Persamaan pada penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu meneliti pengaruh variabel X yaitu pengetahuan dan motivasi terhadap variabel Y, sedangkan letak perbedaannya yaitu pada waktu, lokasi, dan subjek penelitian

- 7) Penelitian Reksa Jayengsari, et al (2021) dalam Jurnal Ekonomi dan keuangan Islam Vol.1 No. 2 dengan judul “Pengaruh pengetahuan Investasi dan Motivasi Terhadap Minat Investasi di Pasar Modal Syariah Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Suryakencana Cianjur” yang menyatakan bahwa pengetahuan tidak berpengaruh signifikan dan berarah negatif terhadap minat investasi di pasar modal syariah pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Suryakencana Cianjur. Motivasi berpengaruh signifikan dan berarah positif terhadap minat investasi di pasar modal syariah pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Suryakencana Cianjur. Variabel pengetahuan dan motivasi berpengaruh terhadap minat investasi sebesar 77,04% yang terdiri dari sumbangan efektif variabel pengetahuan investasi terhadap minat investasi sebesar -0,84% dan sumbangan efektif variabel motivasi terhadap minat investasi sebesar 77,88% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

Perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu terletak pada waktu, lokasi, dan subjek yang berbeda. Sedangkan persamaannya yaitu meneliti pengaruh pengetahuan dan motivasi atau variabel X terhadap minat atau variabel Y.

- 8) Penelitian Winarti (2021) dalam Jurnal Fakultas Ilmu Keislaman yang berjudul “Pengaruh Pengetahuan Nasabah Terhadap Minat Menabung di BNI syariah KCP Kuningan” yang menyatakan hasil dari penelitian berdasarkan uji t menunjukkan nilai t hitung sebesar 0,110 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,004. Jika dibandingkan dengan t table (1,663) maka $t_{hitung} > t_{table}$ dan $p < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa H_0 diterima H_a di tolak, artinya pengetahuan nasabah tentang produk ada pengaruh signifikan terhadap minat menabung di BNI Syariah KCP Kuningan. Nilai koefisien regresi positif disini dapat di

artikan bahwa semakin banyak pengetahuan nasabah tentang produk di BNI Syariah KCP Kuningan maka semakin meningkat minat menabung nasabah di BNI Syariah KCP Kuningan. Begitu pula sebaliknya semakin sedikit pengetahuan nasabah tentang produk di BNI Syariah maka semakin menurun minat menabung di BNI Syariah.

Persamaan dari penelitian ini yaitu meneliti tentang pengaruh pengetahuan produk terhadap variabel Y. Perbedaannya yaitu terletak pada pemilihan subjek, lokasi, dan waktu penelitian.

- 9) Penelitian Erma Yulianti, et al (2021) dalam Jurnal Administrasi Bisnis yang berjudul “Pengaruh Pengetahuan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah Melalui Pemediasi Minat dan Kesadaran (Studi pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Kuta Bali)”. Hasil dari penelitian yaitu pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat. Pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesadaran. Minat berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan. Pengetahuan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap keputusan. Minat mampu memediasi secara parsial pengaruh pengetahuan terhadap keputusan.

Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Abdurrahman Zain yaitu sama-sama meneliti tentang pengaruh antara variabel X (pengetahuan) terhadap variabel Y (minat). Perbedaannya yaitu terletak pada waktu, lokasi, dan subjek penelitiannya yang berbeda.

- 10) Penelitian Rudy Haryono (2022) dalam Jurnal Of Comprehensive Islamic Studies yang berjudul “Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas dan Kepercayaan terhadap Minat Menabung di bank Syariah”. Menyimpulkan bahwa setelah dilakukan uji secara parsial didapatkan kesimpulan bahwa variabel pengetahuan berpengaruh secara signifikan terhadap minat masyarakat Kota Jambi untuk menabung di bank syariah. Berdasarkan penelitian ini bahwa masyarakat berminat untuk menabung karena sudah mengetahui tentang bank syariah baik dari akad, perbedaannya dengan bank konvensional dan pengetahuan lainnya tentang bank syariah. Secara uji simultan ketika variabel pengetahuan, religiusitas dan kepercayaan di uji secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat Kota Jambi untuk menabung di bank syariah. Ketiga variabel ini memiliki pengaruh sebanyak 57.4% terhadap minat masyarakat Kota Jambi untuk menabung di bank syariah. Sisanya sebanyak

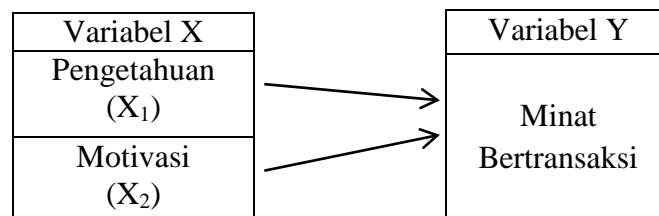
42.6% minat menabung masyarakat Kota Jambi terhadap bank syariah dipengaruhi karena faktor lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Perbedaan dari penelitian Haryono yang dilakukan oleh peneliti yaitu terletak pada subjek, lokasi, dan waktu penelitian. Persamaan dari penelitian ini yaitu sama-sama meneliti tentang pengaruh terhadap minat.

2.6. Kerangka Pemikiran

Kerangka pikir sebagai dasar untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan menurut kerangka logis atau konseptual yang relevan untuk menjawab penyebab terjadinya masalah. Adapun bagan dalam penelitian ini sebagai berikut:

Gambar 2. 3



Gambar diatas menjelaskan adanya pengaruh pengetahuan dan motivasi terhadap minat bertransaksi di bank syariah. Variabel yang dipengaruhi (variabel terkait) yaitu minat bertransaksi (Y), sedangkan variabel yang mempengaruhi (variabel bebas) yaitu pengetahuan (X_1) dan motivasi (X_2). Penelitian ini bermaksud untuk mengetahui pengetahuan dan motivasi mahasiswa tentang produk bank syariah terhadap minat bertransaksi di bank syariah.

2.7. Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban yang hanya sementara dan masih perlu diuji. Maka hipotesis berfungsi sebagai kemungkinan untuk menguji kebenaran. Apabila hipotesis sudah diuji dan terbukti kebenarannya maka hipotesis tersebut menjadi suatu teori. Sebuah hipotesis diturunkan dari suatu teori yang telah ada, lalu diuji kebenarannya dan akhirnya akan memunculkan teori baru. Fungsi dari hipotesis yaitu sebagai penguji kebenaran suatu teori, memberikan gagasan baru untuk mengembangkan suatu teori, dan memperluas pengetahuan peneliti mengetahui suatu gejala yang sedang dipelajari.⁶³

⁶³ Jonathan Sawono, "Analisis data Menggunakan SPSS", (Yogyakarta : Andi Offset, 2006), Hal. 7.

2.7.1. Pengaruh Pengetahuan Mahasiswa Tentang Produk Bank Syariah Terhadap Minat Bertransaksi di Bank Syariah

Theory Of Planned Behavior (teori perilaku direncanakan) terhadap variabel pengetahuan yaitu teori ini merupakan teori yang mengasumsikan bahwa seseorang dalam melaksanakan tindakan berdasarkan minat dan keyakinan dengan pengetahuan yang cukup mengenai bidang yang akan dilakukan karena tindakan tersebut harus dengan bekal pengetahuan yang ada agar mencapai tujuan yang maksimal. Untuk menentukan minat, seseorang harus memiliki pengetahuan terlebih dahulu dengan cara mencari segala informasi, maka proses tersebut termasuk dalam proses yang direncanakan.

Hubungan antara pengetahuan terhadap minat yaitu diketahui bahwa pengetahuan nasabah berpengaruh terhadap minat atau keputusan nasabah dalam menggunakan atau tidak menggunakan produk perbankan syariah. Pengetahuan produk merupakan kumpulan berbagai informasi mengenai produk, pengetahuan ini meliputi kategori produk, merek, atribut atau fitur produk, harga produk, dan kepercayaan mengenai produk. Pengetahuan tentang produk perbankan syariah akan sangat mempengaruhi sikap nasabah terhadap produk yang ditawarkan. Pengetahuan produk menjadi salah satu yang penting dalam mempengaruhi perilaku konsumen. Karena dengan memiliki pengetahuan produk seseorang memiliki kemampuan dalam membedakan produk mana yang baik dan mana yang buruk sehingga akan membentuk sikap positif atau negatif terhadap produk. Pengetahuan seseorang tentang bank syari'ah akan mempengaruhi minat seseorang untuk menjadi nasabah dan bertransaksi di bank syari'ah. Ketika seseorang memiliki pengetahuan yang banyak tentang bank syari'ah, maka ia akan berminat menjadi nasabah di bank syari'ah. Jadi, semakin baik pengetahuan mahasiswa tentang perbankan syariah maka akan menambah minat menggunakan produk dan bertransaksi di perbankan syariah. Sebaliknya jika pengetahuan mahasiswa minim tentang perbankan syariah maka akan menimbulkan anggapan kurang baik terhadap perbankan syariah.⁶⁴ Sebagaimana penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya oleh Riski (2021) menyatakan bahwa terdapat pengaruh antara variabel pengetahuan mahasiswa (X) terhadap minat dalam bertransaksi di bank syariah (Y). Semakin tinggi pengetahuan dan informasi mahasiswa tentang perbankan syariah, maka minat bertransaksi mahasiswa juga semakin tinggi atau meningkat begitu juga sebaliknya.

⁶⁴ Kamaruddin Ahmad, *Akuntansi Manajemen: Dasar-Dasar Konsep Biasa dan Pengambilan Keputusan*, (Jakarta : Raja Grafindo Persada : 2017).

H₁: Pengetahuan tentang produk perbankan syariah berpengaruh positif terhadap minat bertransaksi di bank syariah

2.7.2. Pengaruh Motivasi Mahasiswa Terhadap Minat Bertransaksi di Bank Syariah
Theory Of Planned Behavior terhadap variabel motivasi yaitu bahwa perilaku ditentukan oleh keyakinan atau minat seseorang yang dimana minat seseorang dalam melakukan sesuatu dipengaruhi oleh dorongan atau motivasi dari dalam (intrinsik) maupun dari luar (ekstrinsik).

Menurut Kanuk, et al, motivasi dapat digambarkan sebagai kekuatan pendorong dalam diri seseorang yang memaksanya melakukan sesuatu untuk memenuhi kebutuhan, dorongan dalam diri seseorang yang muncul dari dalam maupun luar diri individu yang dipicu oleh emosional, kesadaran, lingkungan maupun keadaan psikologi.⁶⁵ Motivasi merupakan kekuatan pendorong di dalam diri seseorang yang dihasilkan oleh suatu keadaan yang menekan, yang terjadi akibat kebutuhan dan keinginan yang tidak terpenuhi. Motivasi muncul dalam diri seseorang ketika seseorang tersebut merasakan adanya kebutuhan terhadap suatu hal atau barang dan berharap memperoleh manfaat dari barang tersebut, yang kemudian menimbulkan adanya minat. Jika mahasiswa mempunyai motivasi yang tinggi terhadap perbankan syariah, maka akan secara otomatis terdorong atau memiliki minat untuk menggunakan produk bank syariah, sebaliknya jika motivasi mahasiswa tersebut rendah maka akan mencoba berbagai cara untuk menghindari obyek yang bersangkutan.⁶⁶ Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Nurmalasari (2019) yang menyatakan hasil pengetahuan dan motivasi secara bersamaan berpengaruh positif atau signifikan terhadap minat. Hasil analisis berpengaruh signifikan pada variabel motivasi terhadap minat bertransaksi mahasiswa di bank syariah merupakan hasil yang tepat.

H₂: Motivasi berpengaruh positif terhadap minat bertransaksi di bank syariah

⁶⁵ Kanuk dan Schiffman, "Motivasi", (Jakarta: Erlangga, 2004), Hal. 31.

⁶⁶ Lukman Hakim, "Pengaruh Orientasi Pembelajaran Motivasi Kerja Dan Komitmen Terhadap Kinerja Madrasah Swasta," *Walisongo: Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan* 19, no. 2 (2011): 359.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian dan Sumber Data

3.1.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yaitu data yang dapat dihitung secara langsung berupa penjelasan atau angka yang dinyatakan dalam bilangan berbentuk angka yang berdasarkan tujuannya penelitian ini dikategorikan ke dalam penelitian pengujian hipotesis. Dalam penelitian kuantitatif, yang dilandasi pada suatu asumsi bahwa suatu gejala itu dapat diklasifikasikan dan hubungan gejala bersifat kausal (sebab-akibat), maka peneliti dapat memfokuskan pada beberapa variabel saja.⁶⁷

Pada penelitian ini metode yang digunakan oleh peneliti yaitu metode penelitian deskriptif kuantitatif, yaitu jenis penelitian yang menggambarkan atau menguraikan keadaan atau kejadian dengan jelas menggunakan teknik kuesioner sebagai alat untuk mengumpulkan keterangan dan informasi yang akan diolah menggunakan statistik.⁶⁸

3.1.2 Sumber Data

Sumber data yang digunakan yaitu sumber data primer dan sekunder adalah sebagai berikut :

1. Data primer, merupakan data yang dikumpulkan atau didapatkan langsung oleh peneliti dari sumbernya langsung atau tempat objek penelitian dilakukan tanpa adanya perantara yang didapat dari subjek penelitian dengan cara melalui angket atau kuesioner.⁶⁹ Pada penelitian ini data primer didapat dari hasil tanggapan responden yaitu mahasiswa S1 Perbankan Syariah UIN Walisongo Semarang angkatan 2019-2020 melalui angket atau kuesioner tentang variabel-variabel penelitian yaitu variabel pengetahuan, motivasi, dan minat bertransaksi.
2. Data sekunder, merupakan data yang tidak langsung didapat dari sumber pertama dan telah tersusun dalam bentuk dokumen tertulis atau merupakan data yang diperoleh dari sumber kedua.⁷⁰ Dalam penelitian ini data sekunder

⁶⁷ Priyono, “*Metode Penelitian Kuantitatif*”, (Sidoarjo: Zifatama Publishing, 2008), Hal. 43.

⁶⁸ Sugiyono, “*Metode Penelitian Bisnis*”, (*Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*) (Bandung: Alfabeta, 2013), Hal. 13.

⁶⁹ Sujarweni Wiratna, “*Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*”, (PT Pustaka Baru, Cetakan-1, 2015), Hal. 84.

⁷⁰ Afriani Nur Hasanah, “*Pengaruh Pengetahuan Masyarakat Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah (Studi pada Masyarakat Desa Pagar Puding Kecamatan Tebo Ulu)*”, Skripsi, (Jambi : UIN Sulthan Thaha Saifuddin, 2021), Hal. 41.

diperoleh dari berbagai macam referensi seperti buku, jurnal, internet, dan hasil penelitian sebelumnya yang telah dipublikasikan yang berkaitan dengan penelitian ini, yang bersumber dari media *offline* (perpustakaan) dan dari media *online* (*e-book*, ipusnan, dan lain-lain), dan juga data yang diperoleh dari akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.

3.2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di kampus 3 UIN Walisongo Semarang pada mahasiswa Prodi S1 Perbankan syariah, lebih tepatnya di Jl. Prof. Dr. Hamka Km. 2, Ngaliyan, Semarang.

3.3. Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari subjek atau objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Populasi tidak hanya orang tetapi juga objek dan benda-benda alam lainnya. Populasi juga tidak sekedar jumlah objek atau subjek yang dipelajari tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh objek atau subjek tersebut.⁷¹ Adapun populasi dari penelitian ini adalah seluruh mahasiswa prodi S1 Perbankan Syariah angkatan 2019-2020 UIN Walisongo Semarang yang memiliki rekening di bank syariah dan bank konvensional.

Tabel 3. 1

Angkatan Tahun	Jumlah Mahasiswa		
	Laki-Laki	Perempuan	Jumlah
2019	44	109	153
2020	22	69	91
Jumlah	66	178	244

Sumber : Akademik FEBI UIN Walisongo

Jadi, populasi yang akan diteliti menurut data jumlah mahasiswa pada tabel diatas sebanyak 244 mahasiswa.

3.3.2 Sampel

Menurut Sugiyono, sampel merupakan bagian dari jumlah populasi yang memiliki ciri-ciri karakteristik tertentu yang akan diteliti lebih mendalam, untuk menentukan

⁷¹ Sugiyono, “*Metode Penelitian Bisnis*”, (Bandung: Alfabeta, 2008), Hal. 115.

sampel dibutuhkan adanya teknik sampling yang tepat. Menurut Nawawi teknik sampling merupakan salah satu cara untuk menentukan sampel dengan melihat jumlah yang sesuai dengan ukuran yang nantinya akan dijadikan sumber data sebenarnya, untuk menentukan harus memperhatikan sifat-sifat dan penyebaran populasi agar mendapatkan sampel yang benar-benar mewakili populasi.⁷²

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Apabila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, kemungkinan karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu. Oleh karena itu, peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut, apa yang dipelajari dari sampel tersebut kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi.⁷³

Adapun teknik yang digunakan untuk menentukan jumlah sampel dapat menggunakan rumus Slovin sebagai berikut⁷⁴:

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

Keterangan :

n = sampel

N = populasi

e = perkiraan tingkat kesalahan

Dari jumlah populasi tersebut, tingkat kelonggaran ketidaktelitian ditetapkan sebesar 10%. Maka,

$$n = \frac{244}{1 + 244 (0,1)^2}$$

$$= 70,93 \text{ dibulatkan menjadi } 71$$

Berdasarkan perhitungan, diperoleh jumlah sampel minimal responden yang harus dipenuhi sebanyak 71 dari 244 mahasiswa.

⁷² Sugiyono, "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D", (Bandung: Alfabeta, 2019), Hal. 127.

⁷³ Sugiyono, "Metode Penelitian Bisnis", (Bandung: Alfabeta, 2008), Hal. 116.

⁷⁴ Riski, "Pengaruh Pengetahuan Mahasiswa IAIN Palopo Prodi Perbankan Syariah Angkatan 2106 Terhadap Minat Bertransaksi Di Bank Syariah", Skripsi, (Palopo: IAIN Palopo, 2021).

3.4. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data pada penelitian ini yaitu :

1. Angket/Kuesioner, merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Metode ini dilakukan dengan cara peneliti mengajukan beberapa pertanyaan tertulis untuk responden dengan harapan responden dapat memberikan jawaban sesuai dengan keadaan yang sebenarnya. Kuesioner dapat berupa pertanyaan/pernyataan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos, atau internet.

Penelitian ini diukur menggunakan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Pada penelitian ini seseorang dapat memberikan respon terhadap beberapa pertanyaan yang menunjukkan apakah dia sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju, dan sangat tidak setuju terhadap tiap-tiap pertanyaan.⁷⁵

Tabel 3. 2

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

2. Studi Dokumentasi, merupakan metode pengumpulan data dengan cara mencari data dari sumber-sumber yang telah ada seperti catatan, transkrip, buku, media, kumpulan data, jurnal, dan lain-lain.⁷⁶ Dokumentasi dalam penelitian ini berupa data dokumentasi yang peneliti dapat dari akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam tentang jumlah mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah.

3.5. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

3.5.1 Variabel Penelitian

Variabel penelitian pada dasarnya segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal

⁷⁵ Sugiyono, “*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*”, Hal. 219.

⁷⁶ Sunarto, “*Metode Penelitian*”,(Semarang : UNNES PRESS, 2012), Hal. 82.

tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Secara teoritis variabel dapat didefinisikan sebagai atribut seseorang atau objek, yang mempunyai variasi antara satu orang dengan yang lain atau satu objek dengan objek yang lain.⁷⁷ Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel bebas (independen) dan variabel terikat (dependen).

a. Variabel Independen

Variabel independen atau variabel bebas yaitu variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terkait.⁷⁸ Pada penelitian ini yang termasuk variabel bebas yaitu variabel Pengetahuan (X_1) dan Motivasi (X_2).

b. Variabel Dependen

Variabel dependen atau variabel terikat yaitu variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel bebas (independen).⁷⁹ Yang dimaksud variabel terikat dalam penelitian ini adalah variabel Minat Bertransaksi (Y).

3.5.2 Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan perincian dari masing-masing variabel terhadap indikator-indikator yang membentuknya. Untuk meminimalisir terjadinya perbedaan persepsi dalam menginterpretasikan dari pengertian masing-masing menurut konteks penelitian ini. Definisi operasional dalam penelitian ini menjelaskan mengenai cara-cara tertentu yang digunakan oleh peneliti untuk mengukur variabel penelitian yang dapat dituju. Dengan kata lain dalam operasional penelitian dapat memberikan petunjuk mengenai bagaimana suatu variabel diukur.⁸⁰

⁷⁷ Sugiyono, "Metode Penelitian Pendidikan" (Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D), Hal 58 – 59.

⁷⁸ Sugiyono, "Metode Penelitian Pendidikan" (Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D), Hal 109.

⁷⁹ Sugiyono, "Metode Penelitian Pendidikan" (Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D), Hal 109.

⁸⁰ Widoyoko, Eko Putro, *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2012), Hal. 5.

Tabel 3. 3
Definisi Operasional

Variabel	Indikator	Skala Ukur
Pengetahuan (X_1)	1. Pengetahuan informasi perbankan syariah 2. Pengetahuan produk 3. Pengetahuan manfaat produk 4. Pengetahuan tentang kepuasan yang diberikan oleh produk	Skala Likert
Motivasi (X_2)	1. Motivasi intrinsik 2. Motivasi ekstrinsik	Skala Likert
Minat Bertransaksi (Y)	1. Minat transaksional 2. Minat referensi 3. Minat preferensi 4. Minat eksploratif	Skala Likert

Sumber : Siagian, 1995

3.6. Teknik Analisis Data

Pada penelitian ini, teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis kuantitatif dengan menggunakan metode regresi linier berganda, yaitu metode untuk mencari seberapa besar pengaruh variabel-variabel bebas (independen) terhadap variabel terkait (dependen) dan untuk mengetahui arah hubungan yang terjadi (hubungan akan negatif atau positif).⁸¹

3.6.1 Uji Validitas

Validitas menjelaskan tentang suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Validitas menggambarkan tingkat instrumen yang bersangkutan mampu mengukur apa yang akan diukur. Suatu instrumen yang valid atau sah mempunyai validitas tinggi. Sebaliknya instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah. Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau validnya pertanyaan pada kuesioner. Suatu kuesioner dapat dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan suatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.⁸²

Peneliti menetapkan taraf signifikansi 5% atau 0,05 sebagai pedoman untuk memilih item. Item dengan probabilitas di bawah 0,05 akan dianggap gugur dan tidak digunakan

⁸¹ Farah Annida Hasna, "Pengaruh Pengetahuan Produk Perbankan Syariah Dan Tingkat Religiusitas Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah" (Skripsi, Universitas Islam Negeri Walisongo, 2019), Hal.55.

⁸² Tukiran Taniredja, *Penelitian Kuantitatif (Sebuah Pengantar)*, (Bandung: Alfabeta, 2014), Hal 42.

dalam penelitian. Pengujian signifikansi dilakukan dengan kriteria menggunakan r-tabel jika $r\text{-hitung} \geq r\text{-tabel}$ maka instrumen dapat dinyatakan valid. Nilai r-tabel dicari dengan *degree of freedom* ($df = (\alpha; n-2)$), dimana n merupakan jumlah sampel dan alpha atau tingkat signifikan menggunakan 5% atau 0,05.⁸³ Untuk mengukur tingkat kevalidan pada penelitian ini dalam uji instrumen menggunakan *software* SPSS.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Suatu alat ukur dikatakan reliabel bila alat itu dalam mengukur suatu gejala pada waktu yang berlawanan senantiasa menunjukkan hasil yang sama. Reliabilitas menunjuk pada sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. Uji reliabilitas dapat dilakukan dengan cara tes ulang, yaitu dengan cara penggunaan instrumen penelitian tersebut terhadap subjek yang sama, dilakukan dalam waktu yang berlainan.⁸⁴

Reliabilitas sering juga diartikan dengan konsistensi, ketepatan, kestabilan dan keandalan. Sebuah instrumen penelitian memiliki tingkat atau nilai reliabilitas tinggi jika hasil tes dari instrumen tersebut memiliki hasil yang konsisten atau memiliki kejelasan terhadap sesuatu yang hendak diukur. Untuk menguji reliabilitas instrumen dapat dilakukan dengan bantuan SPSS, tolak ukur suatu instrument penelitian disebut reliabel menggunakan teknik *Alpha Cronbach* dengan nilai koefisien alphanya $> 0,6$ membuktikan bahwa kuesioner tersebut reliabel, sedangkan jika nilai koefisien alphanya $< 0,6$ membuktikan bahwa kuesioner tersebut tidak reliabel. Tingkat signifikan (α) pada uji reliabilitas instrumen di penelitian ini adalah $\alpha = 5\%$.⁸⁵

3.6.3 Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Uji Normalitas merupakan uji yang dilakukan dengan tujuan menilai dalam sebuah model regresi, variabel independen, variabel dependen, atau keduanya menghasilkan distribusi normal atau tidak. Syarat mendapatkan data model regresi yang baik yaitu dengan menunjukkan hasil distribusi datanya normal atau mendekati normal, untuk mengetahui hasil data tersebut menggunakan uji statistik tes *Kolmogorov-Smirnov*. Sebuah data berdistribusi normal jika memiliki nilai signifikansi

⁸³ Sofyan Siregar, *Statistika Deskriptif Untuk Penelitian* (Jakarta: Rajawali Pres, 2010), Hal 162-165.

⁸⁴ Tukiran Taniredja, *Penelitian Kuantitatif (Sebuah Pengantar)*, Hal 43.

⁸⁵ Imam Machali, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2017), Hal 80 – 81.

$>0,05$, sebaliknya sebuah data tidak berdistribusi normal jika memiliki nilai signifikansi $<0,05$.⁸⁶

2) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan salah satu variabel yang memiliki model tidak sama, model regresi yang baik adalah model yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Pengujian heteroskedastisitas pada penelitian ini menggunakan uji Gletser yaitu dengan cara meregresikan nilai *absolute* residual terhadap variabel independen. Tingkat signifikan uji heteroskedastisitas pada penelitian ini yaitu $\alpha = 5\%$ atau $0,05$, jadi nilai hitung signifikansinya jika $> 0,05$ maka penelitiannya tidak ada masalah heteroskedastisitas, sebaliknya jika $< 0,05$ maka penelitian model regresinya terjadi heteroskedastisitas. Cara melihat adanya heteroskedastisitas yaitu dengan melihat grafik plot antara prediksi variabel dependen dengan residualnya. Uji selanjutnya bisa menggunakan uji Grafik *Scatter Plot*, dengan cara memprediksi bahwa sumbu X merupakan residual dan sumbu Y merupakan nilai Y, artinya jika dilihat pada grafik tidak ditemukan pola yang jelas, misalnya titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 (nol) pada sumbu Y, maka dapat disimpulkan tidak terjadinya heteroskedastisitas.⁸⁷

3) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dimaksud untuk mengetahui ada tidaknya hubungan (korelasi) yang signifikan antar variabel bebas. Jika terdapat hubungan yang cukup tinggi (signifikan), berarti ada aspek yang sama diukur pada variabel bebas. Hal ini tidak layak digunakan untuk menentukan kontribusi secara bersama-sama variabel bebas terhadap variabel terikat. Uji multikolinearitas dengan SPSS dilakukan dengan uji regresi, dengan patokan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) dan koefisien korelasi antar variabel bebas. Pengambilan keputusannya adalah jika nilai toleransi $>0,1$ atau sama dengan nilai VIF <10 artinya tidak terjadi multikolinieritas antara variabel dalam model regresi. Sebaliknya jika nilai toleransi $<0,1$ atau sama dengan nilai VIF >10 artinya terjadi multikolinieritas antara variabel dalam model regresi.⁸⁸

⁸⁶ Kholila, *Pengaruh...*, Skripsi, Hal 59.

⁸⁷ Kholila, *Pengaruh...*, Hal 61.

⁸⁸ Imam Gunawan, "*Pengantar Statistika Infrensial*" (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2016), Hal.102-103.

3.6.4 Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda berfungsi untuk memperkirakan bagaimana kondisi naik turunnya variabel dependen, jika dua atau lebih variabel independen (X_1 , X_2) sebagai faktor prediktor dimanipulasi (di naik turunkan nilainya). Berikut ini adalah persamaanya:⁸⁹

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

Keterangan :

Y : variabel dependen (minat bertransaksi)

a : konstanta

b_1 : koefisien regresi (pengetahuan)

b_2 : koefisien regresi (motivasi)

X_1 : variabel independen (pengetahuan)

X_2 : variabel independen (motivasi)

e : eror

3.6.5 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui persentase perubahan variabel tidak bebas (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X). Jika R^2 semakin besar, maka persentase perubahan variabel tidak bebas (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X) semakin tinggi. Jika R^2 semakin kecil, maka persentase perubahan variabel tidak bebas (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X) semakin rendah. Koefisien determinasi (R^2) berfungsi untuk mengukur kemampuan suatu model dalam menjelaskan variabel-variabel terikat. Nilai koefisien determinasi adalah nol dan satu.⁹⁰

3.6.6 Uji Parsial (Uji t)

Merupakan uji yang berfungsi untuk mendapatkan informasi masing-masing variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka hipotesis ditolak, artinya variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen, sebaliknya jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka hipotesis diterima, artinya variabel independen secara parsial tidak berpengaruh terhadap variabel

⁸⁹ Mohamad Rizal Nur Irawan, "Pengaruh Modal Usaha Penjualan Terhadap Laba Usaha Pada Perusahaan Penggilingan Padi UD. Sari Tani Tenggerajo Kedungpring Lamongan" Vol.I, no. 2, Juni,2016, Hal. 78.

⁹⁰ Daffa Caesario Pramodjo, "Pengaruh Pengetahuan, Lokasi Dan Promosi Terhadap Minat Menabung Santri YPMI Al-Firdaus Semarang Di Bank Syariah" (Skripsi, Universitas Islam Negeri Walisongo,2022),Hal.47.

dependen. Kriteria pengujiannya menggunakan nilai signifikan 0,05. Jadi jika nilai signifikan $< 0,05$ maka adanya pengaruh yang signifikan.⁹¹

⁹¹ Imam Ghozali, “*Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*”, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013), Hal. 98.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

4.1. Deskripsi Objek Penelitian

4.1.1. Sejarah UIN Walisongo Semarang

UIN Walisongo merupakan kampus yang terletak di Kota Semarang, Provinsi Jawa Tengah yang bertepatan di ruas Jalan Pantura Semarang dan berdekatan dengan Bandara Internasional Ahmad Yani Semarang. Kampus UIN Walisongo berada pada wilayah yang strategis karena dilewati oleh jalur utama masuk dan keluar dari Semarang. Perguruan Tinggi Agama Islam ini terbagi dalam tiga wilayah yaitu Kampus I di Jalan Walisongo No.3-5 Tambakaji, Ngaliyan, Semarang, kurang lebih 1,8 KM setelahnya berdiri Kampus II di Jalan Prof. Dr. Hamka, Ngaliyan, Semarang, lalu berkisar 500 meter kemudian Kampus III di Jl. Prof. Dr. Hamka Km. 2, Ngaliyan, Semarang.

Walisongo merupakan nama yang diberikan oleh para pendiri secara sadar dan menjadikannya simbol terhadap dinamika sejarah pada perguruan tinggi ini. Dalam sejarahnya, UIN Walisongo terlibat dalam meneruskan tradisi maupun cita-cita islam ala Walisongo, bersamaan dengan terus melakukan inovasi agar keberadaannya dapat dilihat secara signifikan untuk upaya mencerdaskan kehidupan bangsa dan berkhidmah untuk membangun peradaban umat manusia.

UIN Walisongo Semarang mulai dikenal masyarakat dengan nama awal Institut Agama Islam negeri Walisongo Semarang yaitu Institusi yang melahirkan lulusan agama dengan ditunjang dengan basis keilmuan berbagai bidang, seperti pendidikan, ekonomi, komunikasi dan pendalaman ilmu agama Islam, Perguruan Tinggi ini didirikan secara resmi melalui keputusan menteri agama RI (KH. M. Dachlan) tepatnya pada tanggal 6 April 1970 dengan No. 30 dan 31 tahun 1970. Awal mulanya Perguruan Tinggi Islam berdiri hanya mempunyai 5 fakultas yang tersebar di berbagai kota yang berada di Jawa Tengah, yaitu Fakultas Dakwah berada di Semarang, Fakultas Syari'ah berada di Bumiayu dan di Demak, Fakultas Ushuluddin berada di Kudus, dan Fakultas Tarbiyah di Salatiga. Tetapi ide dan upaya perintisanya sudah dilakukan mulai sejak tahun 1963 oleh para ulama. Awal keberadaan UIN Walisongo tidak dapat dipisahkan dari kebutuhan masyarakat santri di Jawa Tengah yang akan terpenuhinya lembaga pendidikan tinggi pasca pesantren.

Hal tersebut disebabkan kenyataan bahwa Jawa Tengah merupakan daerah yang mempunyai basis pesantren sangat besar. Peralihan IAIN Walisongo menjadi Universitas Islam Negeri (UIN) Walisongo secara resmi diputuskan sejak tanggal 19 Desember 2014 bersamaan dengan dua UIN yang lain, yakni UIN Palembang dan UIN Sumut. Peresmian perubahan ini langsung dilakukan oleh Presiden Joko Widodo di Istana Merdeka.

UIN Walisongo mempunyai 8 Fakultas yaitu Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Fakultas Syariah dan Hukum, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Fakultas Psikologi dan Kesehatan, Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan, Fakultas Sains dan Teknologi, dan Fakultas Ushuluddin dan Humaniora. Objek penelitian ini terletak pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang yang merupakan salah satu dari kedelapan fakultas tersebut.

4.1.2. Visi, Misi, dan Tujuan UIN Walisongo Semarang

A. Visi

Universitas Islam Riset Terdepan Berbasis pada Kesatuan Ilmu Pengetahuan untuk Kemanusiaan dan Peradaban pada Tahun 2038.

B. Misi

1. Menyelenggarakan pendidikan dan pengajaran IPTEKS berbasis kesatuan ilmu pengetahuan untuk menghasilkan lulusan profesional dan berakhlak al- karimah.
2. Meningkatkan kualitas penelitian untuk kepentingan Islam, ilmu dan masyarakat.
3. Menyelenggarakan pengabdian yang bermanfaat untuk pengembangan masyarakat.
4. Menggali, mengembangkan dan menerapkan nilai-nilai kearifan lokal;
5. Mengembangkan kerjasama dengan berbagai lembaga dalam skala regional, nasional, dan internasional;
6. Mewujudkan tata pengelolaan kelembagaan profesional berstandar internasional.

C. Tujuan

1. Melahirkan lulusan yang memiliki kapasitas akademik, profesional dan berakhlakul karimah yang mampu menerapkan dan mengembangkan

kesatuan ilmu pengetahuan.

2. Menghasilkan karya penelitian yang bermanfaat untuk kepentingan islam, ilmudan masyarakat.
3. Menghasilkan karya pengabdian yang bermanfaat untuk pengembangan masyarakat.
4. Mewujudkan internalisasi nilai-nilai kearifan lokal dalam Tridharma perguruan tinggi.
5. Memperoleh hasil yang positif dan produktif dari kerjasama dengan berbagai lembaga dalam skala regional, nasional dan internasional.
6. Lahirnya tata kelola perguruan tinggi yang profesional berstandar internasional.

4.1.3. Sejarah Fakultas ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang

Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang memiliki kewajiban moral didaktif untuk menawarkan sistem ekonomi syaria'ah (Islam) sebagai pilar ekonomi Indonesia Baru menggantikan sistem ekonomi konvensional yang telah gagal membangun perekonomian Indonesia. Kewajiban untuk menawarkan sistem Ekonomi dan Bisnis Islam yang tidak hanya sebatas pada konsepsi akan tetapi lebih dari itu hingga pada implementasi mengupayakan ketersediaan sumber daya manusia yang mampu menerjemahkan syaria'ah kedalam relung – relung perniagaan sistem ekonomi masyarakat.

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang berdiri pada tanggal 13 Desember 2013, diresmikan oleh Menteri Agama Republik Indonesia, Dr. Suryadharma Ali. Berdirinya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang dilatar belakangi beberapa pertimbangan sebagai berikut:⁹²

1. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam adalah jalur pendidikan yang aplikatif dan sangat strategis untuk memenuhi kebutuhan bidang ekonomi khususnya sektor perbankan Nasional serta memenuhi tantangan perkembangan dan pengembangan ilmu pengetahuan dan masyarakat modern saat ini dan akan datang.

⁹²ei-febi.walisongo.ac.id,“sejarah”, diakses pada tanggal 26 Mei 2023.

2. Banyaknya bank-bank konvensional yang membuka layanan syariah, disamping tentu telah banyaknya lahir bank-bank syariah baru. Saat ini tercatat beberapa bank umum yang telah membuka pelayanan syaria'ah yakni Bank IFI, Bank Syaria'ah Danamon, BRI Syaria'ah, BCA Syaria'ah, dan lain-lain. Dan tentunya semakin semaraknya masyarakat mendirikan Bank Perkreditan Syaria'ah (BPRS) dan Baitul Maal Wa Tamwil (BMT) menjadi bukti bahwa sistem perbankan syaria'ah mulai diterima dan bahkan akan menjadi sistem perbankan alternatif. Hal itu menunjukkan bahwa akan terus banyak dibutuhkan dan diperlukan tenaga-tenaga profesional perbankan syaria'ah pada saat ini maupun akan datang.
3. Banyaknya lulusan Madrasah Aliyah maupun SMU yang lebih memilih kuliah ke perguruan tinggi umum hanya dikarenakan program studi perguruan tinggi umum terlihat lebih prospektif, lebih *marketable* dan menjanjikan bidang lapangan kerja yang lebih luas. Padahal baik lulusan MA ataupun SMU merupakan basic-source calon mahasiswa. Oleh karenanya diperlukan terobosan pembukaan program studi baru di lingkungan Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang yang lebih aplikatif dan ditunjang dengan jaringan pengelolaan dan pemagangan yang profesional.
4. Keberadaan tenaga ahli ekonomi dan perbankan Syaria'ah semakin diperlukan. Hal tersebut terlihat dari semakin banyaknya bank-bank umum konvensional yang membuka pelayanan syaria'ah.
5. UIN Walisongo terletak di wilayah sentra ekonomi dan kawasan industri yang banyak dikelilingi berbagai jenis industri, unit usaha serta berbagai lembaga keuangan. Wilayah ini sangat kondusif bagi kegiatan akademis Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Didirikannya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo menjadi semacam simbiosis mutualisme antara dunia pendidikan dengan dunia usaha.

4.1.4. Visi, Misi, dan Tujuan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang

A. Visi

Terdepan dalam pengembangan ilmu ekonomi dan bisnis Islam berbasis kesatuan ilmu pengetahuan untuk kemanusiaan dan peradaban pada tahun 2038.

B. Misi

1. Menyelenggarakan pendidikan ilmu ekonomi dan bisnis Islam yang responsif terhadap kebutuhan masyarakat.
2. Menyelenggarakan penelitian dan pengembangan ilmu ekonomi dan bisnis Islam teoritik dan aplikatif yang mampu menjawab problematika masyarakat.
3. Menyelenggarakan rekayasa sosial dan pengabdian masyarakat bidang ekonomi dan bisnis Islam.
4. Menggali, mengembangkan dan menerapkan nilai-nilai kearifan lokal bidang ekonomi dan bisnis Islam.
5. Menyelenggarakan kerjasama dengan berbagai lembaga dalam skala regional, nasional dan internasional di bidang pendidikan, penelitian, pengabdian masyarakat dan pengembangan sumber daya.
6. Menyelenggarakan tata pengelolaan kelembagaan profesional berstandar internasional.

C. Tujuan

1. Melahirkan lulusan yang memiliki kapasitas akademik dan profesional bidang ekonomi dan bisnis Islam dengan keluhuran budi yang mampu menerapkandan mengembangkan kesatuan ilmu pengetahuan
2. Mengembangkan riset dan pengabdian kepada masyarakat bidang ekonomi dan bisnis Islam yang kontributif bagi peningkatan kualitas kehidupan masyarakat dalam beragama, berbangsa dan bernegara.

4.1.5. Sejarah, Visi, dan Misi Prodi Perbankan Syariah

A. Sejarah

Program studi perbankan syariah didirikan untuk melahirkan lulusan yang profesional di bidang perbankan syariah dan lembaga keuangan syariah yang progresif responsive dan sesuai dengan kebutuhan instan lembaga keuangan.

B. Visi

Terdepan dalam menghasilkan sarjana dalam bidang perbankan syariah dan lembaga keuangan syariah yang kompeten dan berakhlak islami berbasis pada kesatuan ilmu untuk kemanusiaan dan peradaban tahun 2038.

C. Misi

1. Menyelenggarakan pendidikan dan pengajaran di bidang perbankan syariah dan lembaga keuangan syariah yang progresif responsive terhadap kebutuhan.

2. Menyelenggarakan penelitian dan pengembangan ilmu perbankan dan keuangan syariah melalui pendekatan *unity of science* yang mampu menjawab problematika ekonomi di masyarakat.
3. Menyelenggarakan rekayasa sosial dan pengabdian masyarakat di bidang lembaga keuangan dan perbankan syariah.
4. Menggali, mengembangkan dan menerapkan nilai-nilai kearifan lokal bidang perbankan syariah dan lembaga keuangan syariah.
5. Menyelenggarakan kerjasama dengan berbagai lembaga dalam skala regional, nasional dan internasional di bidang pendidikan, penelitian, pengabdian masyarakat dan pengembangan sumber daya.
6. Menyelenggarakan tata pengelolaan kelembagaan profesional berstandarinternasional.

4.2. Deskripsi Data Penelitian dan Karakteristik Responden

4.2.1. Deskripsi Data Penelitian

Deskripsi data pada penelitian ini merupakan data yang menjelaskan keadaan atau kondisi responden yang sudah membantu dalam analisis penelitian ini. Pada penelitian ini dalam mengambil sampel atau responden menggunakan rumus *slovin*. Dengan demikian, untuk mendapatkan data dengan cara peneliti membagikan kuesioner (angket) kepada responden yang sudah diambil dengan cara menggunakan rumus *slovin* berjumlah minimal 71 responden sehingga terkumpul 101 mahasiswa angkatan 2019 dan 2020 secara *online* melalui aplikasi *whatsapp*. Pembagian kuesioner tersebut pada tanggal 19 Mei – 2 Juni 2023. Setelah data yang diambil dari kuesioner terpenuhi, kemudian peneliti mengolah data tersebut menggunakan aplikasi SPSS 25.

4.2.2. Karakteristik Responden

Karakteristik responden pada penelitian ini yaitu populasi yang diambil merupakan mahasiswa S1 Perbankan Syariah angkatan 2019-2020 UIN Walisongo Semarang yang berjumlah 101 mahasiswa. Untuk lebih jelasnya diperoleh gambaran karakteristik responden sebagai berikut :

A. Jenis Kelamin

Tabel berikut merupakan gambaran mengenai jenis kelamin dari responden.

Tabel 4. 1

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis kelamin

		Jenis Kelamin			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	31	30,7	30,7	30,7
	Perempuan	70	69,3	69,3	100,0
	Total	101	100,0	100,0	

Sumber : Data primer diolah SPSS

Dari tabel di atas diketahui bahwa responden laki-laki sebanyak 31 orang atau dengan presentase 30,7%. Sedangkan jumlah responden perempuan sebanyak 70 orang atau dengan presentase 69,3%. Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa sebagian besar mahasiswa S1 Perbankan Syariah UIN Walisongo Semarang angkatan 2019-2020 yang diambil untuk dijadikan responden pada penelitian ini adalah berjenis kelamin perempuan.

B. Asal Daerah

Tabel 4. 2

Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Daerah

Asal Daerah	Jumlah Responden	Presentase
Tegal	6	5,94%
Semarang	17	16,83%
Sumatra Barat	1	0,99%
Grobogan	3	2,97%
Kebumen	1	0,99%
Kendal	13	12,87%
Jepara	15	14,86%
Demak	13	12,87%
Bekasi	5	4,95%
Rembang	1	0,99%
Riau	1	0,99%

Brebes	2	1,98%
Pekalongan	3	2,97%
Purwodadi	3	2,97%
Pati	5	4,95%
Salatiga	1	0,99%
Lampung	2	1,98%
Blora	1	0,99%
Palembang	2	1,98%
kudus	2	1,98%
Medan	1	0,99%
Jakarta	2	1,98%
Padang	1	0,99%
Total	101	100%

Sumber : Data primer diolah SPSS

Berdasarkan tabel 4.2 diketahui bahwa jumlah responden yang berasal dari Tegal sebanyak 6 orang dengan presentase 6%, responden yang berasal dari daerah Semarang sebanyak 17 orang dengan presentase 17%, responden dengan asal daerah Sumatra Barat, Kebumen, Rembang, Riau, Salatiga, Blora, Medan, dan Padang masing-masing sebanyak 1 orang dengan presentase 1%, responden yang berasal dari Grobogan, Pekalongan, dan Purwodadi masing-masing 3 orang dengan presentase 3%, asal daerah responden Brebes, Lampung, Palembang, Kudus, dan Jakarta masing-masing 2 orang dengan presentase 2%, responden yang berasal dari daerah Bekasi dan Pati masing-masing 5 orang dengan presentase 5%, responden asal daerah Kendal dan Demak masing-masing sebanyak 13 orang dengan presentase 13%, dan responden asal daerah Jepara sebanyak 15 orang dengan presentase 15%.

C. Besaran Tabungan

Tabel 4. 3

Karakteristik Responden Berdasarkan Besaran Tabungan

		Besaran Tabungan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0 - Rp 500.000	54	53,5	53,5	53,5
	Rp 500.000 - Rp 1.000.000	26	25,7	25,7	79,2
	Rp 1.000.000 - Rp 2.000.000	7	6,9	6,9	86,1
	> Rp 2.000.000	14	13,9	13,9	100,0
	Total	101	100,0	100,0	

Sumber : Data primer diolah SPSS

Berdasarkan keterangan pada tabel diatas, diketahui bahwa terdapat 54 orang atau 53,5% dengan besaran tabungan 0 – Rp 500.000, terdapat 26 orang atau 25,7% dengan besaran tabungan Rp 500.000 – Rp 1.000.000, sebanyak 7 orang atau 6,9% dengan besaran tabungan Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000, dan sebanyak 14 orang atau 13,9% dengan besaran tabungan > Rp 2.000.000.

D. Mahasiswa Angkatan

Tabel 4. 4

Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan

Angkatan	Jumlah Mahasiswa	Presentase
2019	63	62,4%
2020	38	37,6%
Total	101	100%

Sumber: Data primer diolah SPSS

Berdasarkan tabel 4.4 diketahui bahwa terdapat 63 atau dengan presentasi sebanyak 62,4% mahasiswa berasal dari Prodi S1 Perbankan Syariah angkatan 2019, dan sebanyak 38 atau 37,6% mahasiswa berasal dari Prodi S1 Perbankan Syariah angkatan 2020.

4.3. Hasil Penelitian

4.3.1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan salah satu alat ukur untuk memperoleh atau mengukur kevalidan data. Dalam penelitian ini cara mengetahui uji validitas

dengan cara membandingkan antara r_{hitung} (*product moment*) dengan r_{tabel} . Suatu instrumen penelitian dikatakan valid, apabila :

- a) $r_{hitung} > r_{tabel}$ (pada taraf $\alpha = 5\%$ atau 0,05), maka kuesioner itu dikatakan valid.
- b) $r_{hitung} < r_{tabel}$ (pada taraf $\alpha = 5\%$ atau 0,05), maka kuesioner itu dikatakan tidak valid.

Nilai r_{tabel} dicari dengan *degree of freedom* ($df = (\alpha; n-2)$ atau $(101-2) = 99$) dengan tingkat signifikan 0,05 dan menggunakan uji satu arah yaitu : 0,1646 untuk perhitungan uji validitas di penelitian ini menggunakan bantuan aplikasi SPSS versi 25. Berikut hasil analisisnya :

Tabel 4. 5
Hasil Uji Validitas Variabel Pengetahuan (X_1)

No. Item	r_{hitung}	r_{tabel} 5% (99)	Sig.	Kriteria
1.	0,8570	0,1646	0,000	Valid
2.	0,8380	0,1646	0,000	Valid
3.	0,8330	0,1646	0,000	Valid
4.	0,8220	0,1646	0,000	Valid

Sumber : Data primer diolah SPSS

Berdasarkan tabel 4.5 hasil uji validitas variabel pengetahuan (X_1) dengan tingkat signifikansi 5% atau 0,05 menunjukkan bahwa nilai r_{hitung} lebih besar daripada r_{tabel} , artinya seluruh pernyataan instrumen penelitian memiliki hubungan yang signifikan. Dengan demikian, 4 pertanyaan kuesioner variabel pengetahuan (X_1) tersebut adalah valid.

Tabel 4. 6
Hasil Uji Validitas Variabel Motivasi (X_2)

No. Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Sig.	Kriteria
1.	0,8360	0,1646	0,000	Valid
2.	0,8180	0,1646	0,000	Valid
3.	0,4700	0,1646	0,000	Valid

Sumber : Data primer diolah SPSS

Dengan menggunakan tingkat signifikansi 5% atau 0,05 dari 3 pernyataan kuesioner penelitian ini, hasil pengujian validitas menunjukkan bahwa nilai r_{hitung} lebih besar daripada nilai r_{tabel} , artinya pernyataan kuesioner variabel motivasi (X_2) tersebut adalah valid.

Tabel 4. 7

Hasil Uji Validitas Variabel Minat (Y)

No. Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Sig.	Kriteria
1.	0,8030	0,1646	0,000	Valid
2.	0,5770	0,1646	0,000	Valid
3.	0,8400	0,1646	0,000	Valid
4.	0,8250	0,1646	0,000	Valid
5.	0,7660	0,1646	0,000	Valid

Sumber : Data primer diolah SPSS

Dengan menggunakan tingkat signifikansi 5% atau 0,05 dari 5 pernyataan kuesioner penelitian ini, hasil uji validitas minat (Y) menunjukkan bahwa nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} , maka hal tersebut membuktikan bahwa item pernyataan pada variabel minat (Y) adalah valid.

4.3.2. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas digunakan untuk menunjukkan bahwa suatu instrumen dapat dipercaya serta digunakan sebagai alat pengumpul data, dimana instrumen yang digunakan sudah cukup baik. Suatu variabel dalam instrumen dianggap reliabel jika nilai koefisien *Cronbach's Alpha* yang dihasilkan saat pengujian $> 0,6$, jika nilai koefisien alphanya $< 0,6$ menunjukkan hasil bahwa kuesioner tersebut tidak reliabel. Tingkat signifikan (α) pada uji reliabilitas ini adalah $\alpha = 5\%$ atau 0,05. Hasil uji validitas dari instrumen penelitian pada variabel X_1 , X_2 , dan Y dapat disajikan sebagai berikut:

Tabel 4. 8

Hasil Uji Reliabilitas

No.	Variabel	Nilai Cronbach's	Batas	Keterangan
1.	X_1	0,863	0,6	Reliabel
2.	X_2	0,809	0,6	Reliabel
3.	Y	0,808	0,6	Reliabel

Sumber : Data Primer diolah SPSS

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa pengujian reliabilitas terhadap variabel pengetahuan (X_1) menunjukkan nilai *alpha cronbach* sebesar $0,863 > 0,6$. Pengujian reliabilitas variabel motivasi (X_2) menunjukkan nilai *alpha cronbach* sebesar $0,809 > 0,6$. Pengujian reliabilitas terhadap variabel Minat(Y) menunjukkan nilai *alpha cronbach* sebesar $0,808 > 0,6$. Hal ini menunjukkan bahwa pernyataan pada kuesioner reliabel.

4.3.3. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Uji Normalitas merupakan uji yang bertujuan untuk menilai dalam sebuah model regresi, variabel independen, variabel dependen, ataupun keduanya menghasilkan distribusi normal atau tidak. Pada penelitian ini untuk mengetahui hasil uji tersebut dengan menggunakan uji statistik tes *Kolmogorov-Smirnov*. Sebuah data berdistribusi normal jika memiliki nilai signifikansi $>0,05$, sebaliknya jika data memiliki nilai signifikansi $< 0,05$ maka data berdistribusi tidak normal. Berikut hasil analisisnya :

Tabel 4. 9

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		101
Normal Parameters ^{a, b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,07094458
Most Extreme Differences	Absolute	,083
	Positive	,083
	Negative	-,046
Test Statistic		,083
Asymp. Sig. (2-tailed)		,081 ^c

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber : Data primer diolah SPP

Berdasarkan hasil uji normalitas diketahui nilai signifikansi $0,081 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

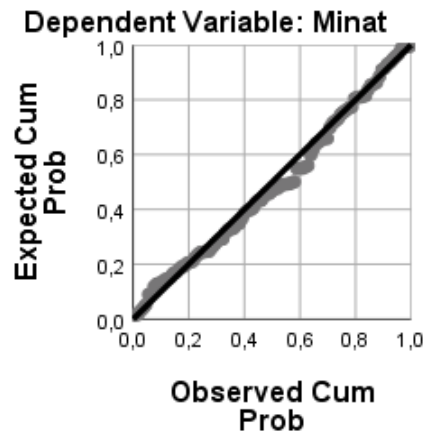
Uji normalitas yang kedua dengan menggunakan grafik P-Plot untuk mengetahui data berdistribusi normal atau tidak. Data dapat dikatakan berdistribusi

normal jika titik menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti garis diagonal, berikut adalah hasil analisisnya :

Gambar 4. 1

Gambar P-Plot

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Sumber : Data primer diolah SPSS

Berdasarkan gambar 4.1 grafik P-P Plot menunjukkan hasil bahwa titik-titik tersebut menyebar disekitar garis diagonal atau mengikuti arah garis diagonal yang menunjukkan bahwa pola berdistribusi normal.

2) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas yaitu adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan model regresi. Pengujian heteroskedastisitas pada penelitian ini menggunakan uji Glejser yaitu dengan cara meregresikan nilai *absolute* residual terhadap variabel independen. Tingkat signifikan uji heteroskedstisitas pada penelitian ini yaitu: $\alpha = 5\%$ atau 0,05, jadi nilai hitung signifikansinya jika $> 0,05$ maka penelitiannya tidak ada masalah heteroskedastisitas, sebaliknya jika $< 0,05$ maka terjadi heteroskedastisitas. Berikut hasil analisisnya :

Tabel 4. 10
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,659	,679		2,443	,016
	Pengetahuan	-,103	,060	-,245	-1,715	,090
	Motivasi	,140	,094	,212	1,487	,140

a. Dependent Variable: RES2

Sumber : Data primer diolah SPSS

Dari tabel diatas terlihat bahwa besarnya nilai signifikansi pada variabel independen pengetahuan sebesar 0,090 dan variabel motivasi sebesar 0,140. Karena nilai signifikansi variabel pengetahuan dan motivasi lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heterokedastisitas pada model regresi.

3) Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas adalah keadaan terjadinya hubungan linier yang sempurna atau mendekati sempurna antar variabel *independent* dalam model regresi. Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan linier antar variabel *independent* dalam model regresi. Pengujian gangguan multikolinieritas dapat dilakukan dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) pada model regresi. Dasar pengambilan keputusannya adalah jika nilai *tolerance* > 0,10 atau sama dengan nilai VIF < 10 artinya tidak terjadi multikolinieritas antara variabel dalam model regresi. Hasil uji multikolinieritas dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4. 11
Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	6,501	1,125		5,778	,000		
	Pengetahuan	,383	,100	,389	3,845	,000	,486	2,059
	Motivasi	,592	,156	,384	3,791	,000	,486	2,059

a. Dependent Variable: Minat

Sumber : Data primer diolah SPSS

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa diperoleh nilai *tolerance* sebesar 0,486 yang artinya nilai ini > dari 0,10 maka artinya tidak terjadi multikolinieritas. Nilai VIF diperoleh sebesar 2,059 yang artinya < 10 jadi tidak terjadi multikolinieritas.

4.3.4. Uji Regresi Linier Berganda

Uji Analisis Regresi Linier berganda berfungsi untuk memperkirakan bagaimana kondisi naik turunnya variabel dependen, jika dua atau lebih variabel independen (X_1, X_2) sebagai faktor *predictor* dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Analisis regresi linier berganda dilakukan untuk mengetahui bagaimana pengaruh X_1, X_2 , terhadap Y , serta mengetahui di antara variabel X tersebut yang paling dominan mempengaruhi variabel Y . Hasil analisis regresi linier berganda dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4. 12
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6,501	1,125		5,778	,000
	Pengetahuan (X1)	,383	,100	,389	3,845	,000
	Motivasi (X2)	,592	,156	,384	3,791	,000

a. Dependent Variable: Minat (Y)

Sumber : Data primer diolah SPSS

Berdasarkan tabel 4.12 diketahui bahwa hasil koefisien regresi linier berganda dengan variabel independen yaitu pengetahuan (X_1) dan Motivasi (X_2) menunjukkan persamaan regresi linier berganda yaitu sebagai berikut:

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

$$Y = 6,501 + 0,383 X_1 + 0,592 X_2 + e$$

Persamaan regresi linier berganda diatas dapat dijelskan sebagai berikut:

- Nilai konstanta sebesar 6,501 menunjukkan bahwa, apabila variabel independen X_1 dan X_2 nol atau tidak ada maka, minat bertransaksi di bank syariah adalah sebesar 6,501 satuan.
- Nilai b_1 atau koefisien regresi variabel pengetahuan (X_1) diketahui sebesar 0,383, artinya apabila variabel independen lainnya tetap, sedangkan

variabel pengetahuan meningkat satu satuan maka minat bertransaksi di bank syariah akan mengalami peningkatan sebesar 0,383 satuan.

- c. Nilai b_2 atau koefisien regresi variabel motivasi (X_2) diketahui sebesar 0,592, artinya apabila variabel independen lainnya tetap sedangkan variabel motivasi meningkat satu satuan, maka minat bertransaksi di bank syariah akan mengalami peningkatan sebesar 0,592 satuan.

4.3.5. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji Koefisien Determinasi (R^2) merupakan uji yang berfungsi untuk mengukur kemampuan suatu model dalam menjelaskan variabel-variabel terikat. Nilai koefisien determinasi adalah nol dan satu, jika nilai R^2 kecil atau jauh dari angka satu maka artinya kemampuan suatu variabel bebas dalam menjelaskan variasi variabel terikat sangat terbatas, begitupun sebaliknya jika nilai R^2 mendekati satu maka artinya variabel bebas memiliki hampir semua informasi yang diperlukan untuk menjelaskan variasi variabel terikat. Berikut hasil analisisnya :

Tabel 4. 13

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,716 ^a	,513	,503	2,092

a. Predictors: (Constant), Motivasi, Pengetahuan

Sumber : data primer diolah SPSS

Dilihat dari tabel 4.13 didapatkan nilai *Adjusted R Square* (koefisien determinasi) sebesar 0,503 yang artinya pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) sebesar 50,3% sehingga dapat dijelaskan bahwa terdapat pengaruh variabel independen yaitu pengetahuan dan motivasi memiliki kemampuan untuk menjelaskan pengaruhnya terhadap minat bertransaksi di bank syariah. Sedangkan sisanya ($100\% - 50,3\% = 49,7\%$) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak terdapat di dalam penelitian ini.

4.3.6. Uji Parsial (Uji t)

Uji t merupakan uji yang berfungsi untuk mendapatkan informasi masing-masing variabel independen di uji secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen atau tidak. Jika nilai signifikansi $< 0,05$ atau nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y. Jika nilai signifikansi $> 0,05$ atau nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka tidak terdapat pengaruh variabel X dan variabel Y. Hipotesis yang akan diuji menggunakan uji t adalah :

H₁: Pengetahuan tentang produk perbankan syariah berpengaruh positif terhadap minat bertransaksi di bank syariah

H₂: Motivasi berpengaruh positif terhadap minat bertransaksi di bank syariah

Tabel 4. 14

Hasil Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6,501	1,125		5,778	,000
	Pengetahuan	,383	,100	,389	3,845	,000
	Motivasi	,592	,156	,384	3,791	,000

a. Dependent Variable: Minat

Sumber : Data primer diolah SPSS

Berdasarkan tabel 4.14 dapat diketahui bahwa mencari t_{tabel} adalah ($t_{tabel} = \alpha$; $(df = n-k) = 5\%$; $101-3 = 0,05$; $98 = 1,661$) maka dilihat dari hasil t_{hitung} sebesar $3,845 > t_{tabel}$ yaitu $1,661$ dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Jadi disimpulkan bahwa H₁ diterima dan nilai t_{hitung} positif menunjukkan bahwa variabel X₁ memiliki hubungan yang searah dengan Y, artinya variabel pengetahuan produk bank syariah berpengaruh positif signifikan terhadap minat bertransaksi mahasiswa di bank syariah.

Berdasarkan tabel 4.14 dapat diketahui bahwa mencari t_{tabel} adalah ($t_{tabel} = \alpha$; $(df = n-k) = 5\%$; $101-3 = 0,05$; $98 = 1,661$) maka dilihat dari hasil t_{hitung} sebesar $3,791 > t_{tabel}$ yaitu $1,661$ dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Jadi disimpulkan bahwa H₂ diterima dan nilai t_{hitung} positif menunjukkan bahwa variabel X₂ memiliki hubungan yang searah dengan Y, artinya variabel motivasi berpengaruh positif signifikan terhadap minat bertransaksi mahasiswa di bank syariah.

4.4. Pembahasan

Berdasarkan asal daerah, mahasiswa yang berasal dari pedesaan atau diluar kota Semarang kebanyakan berminat bertransaksi ke bank konvensional dikarenakan asal daerah mereka yang kurang strategis yang dimana jauh dari bank syariah. Sedangkan berdasarkan besaran tabungan, mahasiswa dengan besaran tabungan Rp 0 - Rp 500.000 tidak bertransaksi di bank syariah dikarenakan tidak mempunyai tabungan atau saldo di bank syariah.

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda diatas diperoleh hasil persamaan garis $Y = 6,501 + 0,383 X_1 + 0,592 X_2 + e$. Persamaan regresi tersebut digunakan untuk memprediksi perubahan variabel dependen yaitu minat bertransaksi mahasiswa di bank syariah yang dipengaruhi variabel independen yaitu pengetahuan dan motivasi. Jika nilai koefisien regresi positif, maka variabel independen berpengaruh positif terhadap variabel dependen. Berdasarkan perhitungan diperoleh interpretasi sebagai berikut :

4.4.1. Pengaruh Pengetahuan Tentang Produk bank Syariah Terhadap Minat Bertransaksi Di Bank syariah

Nilai koefisien yang diketahui pada variabel pengetahuan sebesar 0,383 dengan t_{hitung} sebesar 3,845 dan probabilitas signifikansinya 0,000. Dengan batas signifikansi 0,05 diperoleh nilai t_{tabel} sebesar 1,661, sehingga nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai probabilitas signifikansinya lebih kecil dari nilai batas signifikansi $0,000 < 0,05$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat bertransaksi mahasiswa di bank syariah.

Selain itu ditunjukkan dengan deskripsi jawaban responden terkait variabel pengetahuan produk sebagai berikut :

Tabel 4. 15

Deskripsi Jawaban Responden Variabel Pengetahuan

No.	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS	Keterangan
1	Saya memiliki pengetahuan atau informasi mengenai perbankan syariah	23	48	20	10		Pengetahuan tentang perbankan syariah tinggi
2	Saya memiliki pengetahuan yang	15	41	31	14		Pengetahuan tentang produk tinggi

	baik mengenai produk-produk yang dikeluarkan oleh bank syariah						
3	Saya merasakan manfaat dari menggunakan produk-produk bank syariah sehingga memilih bertransaksi menggunakan bank syariah	8	36	33	24		Pengetahuan tentang manfaat produk tinggi
4	Saya memiliki kepuasan terhadap produk bank syariah yang saya pilih	4	27	43	26	1	Kepuasan terhadap produk cenderung netral

Sumber: data primer diolah SPSS

Berdasarkan deskripsi diatas dapat disimpulkan bahwa, mayoritas responden sudah mengetahui tentang perbankan syariah dan produk-produk yang ditawarkan bank syariah yang memudahkan dalam bertransaksi keuangan, tetapi mengenai kepuasan terhadap suatu produk bank syariah cenderung kurang.

Hasil hipotesis menyatakan bahwa pengetahuan tentang produk bank syariah berpengaruh signifikan terhadap minat bertransaksi mahasiswa di bank syariah, hipotesis tersebut diterima. Hasil analisis berpengaruh signifikan pada variabel pengetahuan tentang produk bank syariah terhadap minat bertransaksi di bank syariah merupakan hasil yang tepat dikarenakan dalam mengambil keputusan untuk menabung di bank syariah dilandaskan pada suatu pengetahuan. Pada penelitian ini hal yang berkaitan tentang pengetahuan merupakan hal yang sangat wajar diakarenakan responden merupakan mahasiswa semester 6 dan semester 8 yang merupakan mahasiswa Prodi S1 Perbankan Syariah yang artinya sudah memiliki kemampuan mendalam tentang pengetahuan bank syariah. Semakin mahasiswa S1 Perbankan Syariah UIN Walisongo Semarang sudah mengetahui hal-hal tersebut, maka semakin meningkatnya minat bertransaksi mahasiswa di bank syariah.

Dalam penelitian ini, yang dimaksud dengan pengetahuan mahasiswa yaitu seluruh informasi yang dimiliki mahasiswa sebagai konsumen atau nasabah mengenai berbagai produk dan jasa serta yang terkait dengan

pengetahuan perbankan syariah yaitu ketika informasi mengenai perbankan syariah sudah sampai kepada seseorang secara langsung maupun tidak langsung maka orang tersebut sudah mengenal bank syariah. Apabila seseorang telah mengenal atau mengetahui bank syariah maka orang tersebut akan memiliki keinginan untuk bertransaksi di bank syariah dengan cara apapun. Misalnya apabila nasabah ingin melakukan transaksi mengirim uang atau transaksi lainnya menggunakan bank syariah akan tetapi lokasi rumahnya jauh dari bank syariah, nasabah akan melakukan cara apapun agar bisa bertransaksi di bank syariah misalnya dengan menggunakan aplikasi *M-Banking* yaitu *BSI Mobile* yang bisa digunakan dimanapun dan kapanpun tanpa harus pergi ke bank atau mesin ATM.

Sebagaimana penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya oleh Riski (2021) menyatakan bahwa terdapat pengaruh antara variabel pengetahuan mahasiswa (X) terhadap minat dalam bertransaksi di bank syariah (Y). Semakin tinggi pengetahuan dan informasi mahasiswa tentang perbankan syariah, maka minat bertransaksi mahasiswa juga semakin tinggi atau meningkat. Begitu juga sebaliknya apabila pengetahuan atau informasi mahasiswa tentang perbankan syariah rendah, maka minat mahasiswa untuk bertransaksi di bank syariah juga akan rendah.

Teori Perilaku Direncanakan (*Theory Of Planned Behavior*) merupakan teori yang didasarkan pada asumsi bahwa manusia biasanya akan berperilaku pantas, manusia biasanya berperilaku dengan cara yang masuk akal, memikirkan dampak dari tindakannya sebelum memutuskan untuk melakukan perilaku tersebut. Teori ini merupakan suatu prinsip yang menjelaskan minat perilaku manusia. Hubungan *Theory Of Planned Behavior* (teori perilaku direncanakan) dengan variabel pengetahuan yaitu teori ini merupakan teori yang mengasumsikan bahwa seseorang dalam melaksanakan tindakan berdasarkan minat dan keyakinan dengan pengetahuan yang cukup mengenai bidang yang akan dilakukan karena tindakan tersebut harus dengan bekal pengetahuan yang ada agar mencapai tujuan yang maksimal. Untuk menentukan minat, seseorang harus memiliki pengetahuan terlebih dahulu dengan cara mencari segala informasi, maka proses tersebut termasuk dalam proses yang direncanakan. Mahasiswa S1 Perbankan Syariah UIN Walisongo Semarang yang memiliki

bekal pengetahuan perbankan syariah yang baik, maka mereka juga memiliki minat bertransaksi di bank syariah.

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa pengetahuan berperan penting dalam meningkatkan minat bertransaksi mahasiswa di bank syariah semakin tinggi pengetahuan dan informasi mahasiswa tentang perbankan syariah, maka minat bertransaksi mahasiswa juga semakin tinggi atau meningkat. Begitu juga sebaliknya apabila pengetahuan atau informasi mahasiswa tentang perbankan syariah rendah, maka minat mahasiswa untuk bertransaksi di bank syariah juga akan rendah.

4.4.2. Pengaruh Motivasi Terhadap Minat Bertransaksi Di Bank Syariah

Nilai koefisien yang dihasilkan pada variabel motivasi sebesar 0,592 dengan t_{hitung} sebesar 3,791 dan probabilitas signifikansinya 0,000, dengan batas signifikansi 0,05 diperoleh nilai t_{tabel} 1,661, sehingga nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai probabilitas signifikansinya lebih kecil dari nilai batas signifikansi ($0,000 < 0,005$). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat bertransaksi mahasiswa di bank syariah. Selain itu ditunjukkan dengan deskripsi jawaban responden terkait variabel motivasi sebagai berikut :

Tabel 4. 16

Deskripsi Jawaban Responden Variabel Motivasi

No.	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS	Keterangan
1	Saya menggunakan bank syariah atas dorongan atau keinginan diri sendiri	4	33	22	39	3	Pemicu menggunakan bank syariah atas dorongan atau keinginan diri sendiri cenderung sedikit lebih rendah
2	Saya bertransaksi di bank syariah karena tertarik pada produk bank syariah yang memiliki kriteria produk perbankan yang saya inginkan	4	30	39	26	2	Pemicu bertransaksi di bank syariah karena tertarik pada produk bank syariah cenderung netral
3	Saya mulai merencanakan dan	12	51	35	3		Pemicu merencanakan dan

	mengatur keuangan dengan baik						mengatur keuangan dengan baik tinggi
--	-------------------------------	--	--	--	--	--	--------------------------------------

Sumber: Data primer diolah SPSS

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa responden memiliki peluang yang lumayan tinggi untuk menggunakan atau bertransaksi di bank syariah karena jumlah responden yang memilih netral dan setuju maupun sangat setuju tidak jauh beda.

Pada penelitian ini, motivasi merupakan suatu hal yang menyebabkan, menyalurkan, dan mendukung perilaku manusia atau bisa diartikan sebagai salah satu faktor yang mendorong seseorang untuk melakukan suatu aktivitas tertentu.

Penelitian ini didukung oleh penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya oleh Nurmalasari (2019) yang menyatakan hasil pengetahuan dan motivasi secara bersamaan berpengaruh positif atau signifikan terhadap minat. Hasil analisis berpengaruh signifikan pada variabel motivasi terhadap minat bertransaksi mahasiswa di bank syariah merupakan hasil yang tepat dikarenakan dalam hal ini ditunjukkan dari hasil pernyataan kuesioner pertama pada variabel motivasi bahwa responden bertransaksi di bank syariah karena keinginan sendiri walaupun awal pembuatan rekening pada mahasiswa angkatan 2019 diwajibkan oleh pihak kampus dan pada angkatan 2020 tidak diwajibkan oleh pihak kampus tetapi tidak mengurangi responden memiliki minat bertransaksi dan menggunakan bank syariah.

Theory Of Planned Behavior mengasumsikan bahwa perilaku ditentukan oleh keyakinan atau minat seseorang yang dimana minat seseorang dalam melakukan sesuatu dipengaruhi oleh dorongan dari dalam (intrinsik) maupun dari luar (ekstrinsik). Hasil hipotesis menyatakan motivasi berpengaruh signifikan terhadap minat bertransaksi mahasiswa di bank syariah, hipotesis tersebut diterima. Sehingga dapat diartikan bahwa tinggi rendahnya motivasi dalam diri mahasiswa akan menentukan tinggi rendahnya minat menabung di bank syariah.

Berdasarkan penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa motivasi berpengaruh dalam meningkatkan minat bagi mahasiswa untuk menggunakan bank syariah. Semakin tinggi motivasi yang dimiliki seseorang dan dukungan atau dorongan dari orang terdekat maupun dorongan dari luar untuk bertransaksi

di bank syariah, maka minat bertransaksi mahasiswa di bank syariah juga akan meningkat.

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

1. Pengetahuan tentang produk bank syariah berpengaruh signifikan terhadap minat bertransaksi mahasiswa S1 Perbankan Syariah UIN Walisongo di bank syariah. Nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai probabilitas signifikansinya lebih kecil dari nilai batas signifikansi $0,000 < 0,05$ dan pada uji regresi linier berganda pada variabel pengetahuan diperoleh sebesar 0,383, artinya partisipasi variabel pengetahuan mampu menjelaskan variabel minat bertransaksi sebesar 0,383. Pada penelitian ini mayoritas responden sudah mengetahui tentang perbankan syariah dan produk-produk yang ditawarkan bank syariah yang memudahkan dalam bertransaksi keuangan, tetapi mengenai kepuasan terhadap suatu produk bank syariah cenderung kurang. Penelitian ini berkaitan tentang pengetahuan merupakan hal yang sangat wajar diakarenakan responden merupakan mahasiswa semester 6 dan semester 8 yang merupakan mahasiswa Prodi S1 Perbankan Syariah yang artinya sudah memiliki kemampuan mendalam tentang pengetahuan bank syariah. Semakin mahasiswa S1 Perbankan Syariah UIN Walisongo Semarang sudah mengetahui hal-hal tersebut, maka semakin meningkatnya minat bertransaksi mahasiswa di bank syariah.
2. Motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat bertransaksi mahasiswa Prodi Perbankan Syariah UIN Walisongo Semarang di bank syariah. Hal tersebut dilihat dari nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu sebesar $3,791 > 1,661$ dan nilai probabilitas signifikansinya sebesar $0,000 < 0,05$ dan dilihat dari uji regresi linier berganda pada variabel motivasi diperoleh sebesar 0,592, artinya fungsi variabel motivasi mampu menjelaskan variabel minat menabung sebesar 0,592. Pada penelitian ini responden memiliki peluang yang lumayan tinggi untuk menggunakan atau bertransaksi di bank syariah karena jumlah responden yang memilih netral dan setuju maupun sangat setuju tidak jauh beda. Semakin mahasiswa memiliki banyak ketertarikan atau dorongan dalam diri sendiri seperti yang ditunjukkan pada hasil pernyataan kuesioner pertama pada variabel motivasi bahwa responden menabung di bank syariah karena keinginan sendiri walaupun awal pembuatan rekening pada mahasiswa

angkatan 2019 diwajibkan oleh pihak kampus dan pada angkatan 2020 tidak diwajibkan oleh pihak kampus tetapi tidak mengurangi responden memiliki minat bertransaksi dan menggunakan bank syariah.

5.2. Saran

1. Bagi Mahasiswa Prodi Perbankan Syariah angkatan 2019-2020 UIN Walisongo Semarang disarankan untuk lebih menambah atau memperdalam pengetahuan tentang Perbankan Syariah khususnya tentang produk atau jasa yang ditawarkan dari pihak bank syariah untuk nasabah.
2. Bagi pihak bank syariah untuk meningkatkan promosi dan sosialisasi kepada masyarakat tentang produk-produk bank syariah maupun layanan bank syariah dengan tujuan untuk memotivasi minat bertransaksi di bank syariah.
3. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan untuk mendapatkan gambaran yang lebih luas tentang pengetahuan dan motivasi, selain itu peneliti selanjutnya juga perlu memperluas pemikiran bagaimana cara meningkatkan minat untuk bertransaksi keuangan di bank Syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- Afriani Nur Hasanah, “*Pengaruh Pengetahuan Masyarakat Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah (Studi pada Masyarakat Desa Pagar Puding Kecamatan Tebo Ulu)*”, Skripsi, (Jambi : UIN Sulthan Thaha Saifuddin, 2021), Hal. 41.
- Ajzen, Icek. “The Theory of Planned Behaviour: Reactions and Reflections” 0446 (2011). Amsal Bakhtiar. *Filsafat Ilmu*. Jakarta: PT RAJA GRAFINDO, 2010.
- Al Arif, M. Nur Rianto. *Lembaga Keuangan Syariah Suatu Kajian Teoritis Praktis*. Bandung: CV Pustaka Setia, 2012.
- Antonio, Syafi’i. *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktek*. Jakarta: Gema Insani, 2001.
- Ardian Bakhtiar. *Filsafat Ilmu Perspektif Barat Dan Islam*. Jakarta: Gema Insani, 2013.
- Bimo Walgito. *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta: ANDI, 1980.
- Ascarya dan Diana Yumanita. *Bank Syariah: Gambaran Umum*. Jakarta: Pusat Pendidikan dan Studi Kebank sentralan (PPSK) BI, 2005.
- Ascarya. *Akad dan Produk Bank Syariah :Konsep dan Praktek di Beberapa Negara*. Jakarta: PT Raja Grafindo, 2006.
- Bimo Walgito. *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta: ANDI, 1980.
- Cahyani, Asih Fitri, Saryadi, and Sendhang Nurseto. “Pengaruh Persepsi Bunga Bank Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung.” *DIPONEGORO JOURNAL OF SOCIAL AND POLITIC Tahun 2013, Hal. 1-8*
- Daffa Caesario Pramoedjo, “*Pengaruh Pengetahuan, Lokasi Dan Promosi Terhadap Minat Menabung Santri YPMI Al-Firdaus Semarang Di Bank Syariah*” (Skripsi, Universitas Islam Negeri Walisongo,2022),Hal.47.
- Damiati, Luh Masdarini, Made Suriani, Ni Desak Made Sri Adnyawati, Cok Istri Raka Marsiti, Ketut Widiartini, and Made Diah Angendari. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT RAJAGRAFINDO PERSADA, 2017.
- Data dari akademik FEBI UIN Walisongo Semarang (30 Januari), Pukul 10.00.

- Dewi,Putriana. “*Pengaruh Pengetahuan, Persepsi Produk dan Pendapatannya Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah Kota Salatiga dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating*”, (Salatiga: IAIN Salatiga, 2019).
- Donni Juni. *Perilaku Konsumen*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- Edy Sutrisno. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Kencana, 2017. et al, Rini Dwi Astuti. *Ilmu Perilaku Konsumen*. Malang: UBpress, 2012.
- Efendi, Usman. *Psikologi Konsumen*. Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2016.
- Fahmi Gunawan. *Senarai Penelitian Pendidikan, Hukum, Dan Ekonomi Di Sulawesi Tenggara*. Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018.
- Fahmi, Irham. *Manajemen Pengambilan MinatTeori dan Aplikasi*. Bandung: Alfabeta, 2016.
- Farah Annida Hasna. “Pengaruh Pengetahuan Produk Perbankan Syariah Dan Tingkat Religiusitas Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah” (2019).
- Fepti Nur Ismiyati, *Wawancara*, 24 Januari 2023.
- Gozali, Triana Agus. Faktor-faktor yang mempengaruhi Pengambilan MinatJasa Asuransi Takaful Dana Pendidikan di PT Asuransi Cabang Yogyakarta. *Skripsi*. Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Malang, 2015.
- Hidayatullah, Muhammad. Pengaruh Pengetahuan Konsumen terhadap MinatMenjadi Nasabah PT. Bank Syariah Bukopin Cabang Makassar. *Skripsi*. Makasar: Universitas Hasanuddin, 2017.
- Imam Ghozali, “*Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*”, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013), Hal. 98.
- Imam Machali, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2017), Hal 80 – 81.
- Iqbal, Muhammad Abdul Hamid, Mastura. Pengaruh Motivasi, Perilaku Dan Pemahaman Terhadap MinatMasyarakat Dalam Memilih Bank Syariah Di Aceh

- Tamiang. *Jurnal Investasi Islam*. Aceh: Institut Agama Islam Negeri Langsa, 2019.
- J.Stanton, William. *Prinsip Pemasaran, terj.Yohanes Lamarto*. Jakarta: Erlangga, 2000.
Jakarta: Departemen Perbankan Syariah, 2015.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas, terj Bob Sabran*. Jakarta :Erlangga 2008.
- kotler, Philip, dan Gary Amstrong. *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga, 2002.
- Machali, Imam. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2017.
- Maulana, *Wawancara*, 24 Januari 2023.
- Mohamad Rizal Nur Irawan, “*Pengaruh Modal Usaha Penjualan Terhadap Laba Usaha Pada Perusahaan Penggilingan Padi UD. Sari Tani Tenggerarjo Kedungpring Lamongan*” Vol.I, no. 2, Juni,2016, Hal. 78.
- Narimawati, Umi. *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif : Teori dan Aplikasi*. Bandung: Agung Media, 2008.
- Notoatmodjo, Soekidjo. *Pendidikan dan Perilaku Kesehatan*. Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2003.
- Oktaviani,Novi.“*Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan dan Lokasi Terhadap Minat Menabung Pada Bank Syariah Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Masyarakat di Blotongan Kota Salatiga)*”, (Salatiga: IAIN Salatiga, 2018).
- Priyono. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Sidoarjo: Zifatama Publishing, 2008.
- Sangaji, Etta Mamang dan sopiah. *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis disertai Himpunan. Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset, 2013.
- Schiffman,Kanuk. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga, 2004.
- Shelly Devi Fujiyanti, *Wawancara*, 24 Januari 2023.

- Siagian, Sondang P. *Teori Motivasi dan Aplikasinya*. Jakarta: Rineka Cipta, 1995.
- Sigit Setiyo Nugroho, “*Pengaruh Pengetahuan Produk Perbankan Syariah Terhadap Minat menabung Dosen FIAI KOPERTAIS III D.I Yogyakarta Di bank Syariah*”, Skripsi (Yogyakarta: UII Yogyakarta, 2020).
- Soemitro, Andri. *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2009.
- Sofyan Siregar, *Statistika Deskriptif Untuk Penelitian* (Jakarta: Rajawali Pres, 2010), Hal 162-165.
- Sokhikhatul Mawadah and Fernaldi Anggadha Ratno, “*Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Menjadi Anggota KSPM UIN Walisongo Semarang Dalam Perspektif Islam,*” Muqtasid: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah 8, no. 2 (2018), Hal. 141
- Sugiyono, “*Metode Penelitian Bisnis*”, (Bandung: Alfabeta, 2008).
- Sugiyono, “*Metode Penelitian Bisnis*”, (*Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*) (Bandung: Alfabeta,2013).
- Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta, 2015.
- Sujarweni Wiratna, “*Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*”, (PT Pustaka Baru, Cetakan-1, 2015).
- Sumarwan, Ujang. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2009.
- Tampubolon, Nelson. *Roadmap Perbankan Syariah Indonesia 2015-2019*.
- Taniredja, Tukiran. *Penelitian Kuantitatif (Sebuah Pengantar)*. Bandung: Alfabeta, 2014.
- Tukiran Taniredja, *Penelitian Kuantitatif (Sebuah Pengantar)*, Hal 43.
- Utami, Wahyu. Analisis Pengaruh Religiusitas, Kelompok Referensi, dan Motivasi Terhadap Minat bertransaksi di Bank yariah (Studi pada Nasabah Bank Syariah di

Kota Banjarmasin). *Jurnal Wawasan Manajemen*. Banjarmasin: Universitas Lambung Mangkurat, 2015.

Widoyoko, dan Eko Putro. *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2012.

Yuniarti, Vinna Sri. *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik*. Bandung: Pustaka Setia, 2015).

Yusanto, Muhammad Ismail & Muhammad Karebet. *Menggagas Bisnis Islami*. Depok: Gema Insani, 2002.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

KUESIONER

“PENGARUH PENGETAHUAN TENTANG PRODUK PERBANKAN SYARIAH DAN MOTIVASI MAHASISWA TERHADAP MINAT BERTRANSAKSI DI BANK SYARIAH”

**(Studi Kasus Pada Mahasiswa S1 Perbankan Syariah UIN Walisongo Semarang
Angkatan 2019-2020)**

Assalamualaikum Wr. Wb

Perkenalkan Saya Nilla Savira (1905036108) Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang. Dalam rangka menyelesaikan tugas akhir atau skripsi dengan judul “Pengaruh Pengetahuan Tentang Produk Perbankan Syariah Dan Motivasi Mahasiswa Terhadap Minat Bertransaksi Di Bank Syariah Studi Pada Mahasiswa S1 Perbankan Syariah UIN Walisongo Semarang Angkatan 2019-2020 ”. Memohon kesediaan teman-teman untuk mengisi kuesioner ini dengan memberikan penilaian secara jujur dan terbuka. Kuesioner ini bersifat ilmiah sehingga data yang diperoleh tidak akan digunakan untuk keperluan lainnya. Atas ketersediaan dan kerjasamanya Saya ucapkan terimakasih.

Identitas Responden

Nama :

Jenis Kelamin :

NIM :

Email :

No. Handphone :

Jumlah Tabungan : a. Rp0 – Rp 500.000

b. Rp 500.000 – Rp 1.000.000

c. Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000

d. > Rp 2.000.000

Asal Daerah :

Petunjuk Pengisian

1. Pilihlah salah satu jawaban di bawah ini

2. Pilih jawaban :

STS : Sangat Tidak Setuju

TS : Tidak Setuju

N : Netral

S : Setuju

SS : Sangat Setuju

No.	Pertanyaan	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Netral	Setuju	Sangat Setuju
Pengetahuan (X1)						
1.	Saya memiliki pengetahuan atau informasi mengenai perbankan syariah					
2.	Saya memiliki pengetahuan yang baik mengenai produk-produk yang dikeluarkan oleh bank syariah					
3.	Saya merasakan manfaat dari menggunakan produk-produk bank syariah sehingga memilih bertransaksi menggunakan bank syariah					
4.	Saya memiliki kepuasan terhadap produk bank syariah yang saya pilih					
Motivasi (X2)						
1.	Saya menggunakan bank syariah atas dorongan atau keinginan diri					

	sendiri					
2.	Saya bertransaksi di bank syariah karena tertarik pada produk bank syariah yang memiliki kriteria produk perbankan yang saya inginkan					
3.	Saya mulai merencanakan dan mengatur keuangan dengan baik					
Minat Bertransaksi di Bank Syariah (Y)						
1.	Saya percaya dengan bertransaksi di bank syariah produk-produk yang ditawarkan halal dan terhindar dari riba, gharar, dan maisyir					
2.	Saya tertarik untuk bertransaksi di bank syariah karena fasilitas yang digunakan canggih, lengkap, dan terjamin kemanannya					
3.	Saya tertarik untuk bertransaksi di bank syariah karena ingin mendapatkan berkah, pahala, dan keselamatan dunia maupun akhirat					
4.	Saya tertarik untuk bertransaksi di bank syariah agar terhindar dari kemudharatan					
5.	Saya mengajak teman maupun saudara untuk menggunakan bank syariah dengan bekal pengetahuan mengenai informasi produk bank syariah yang saya miliki					

Lampiran 2 Tabulasi Data

Variabel Pengetahuan (X1)				
X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Total
4	4	3	3	14
4	3	4	4	15
5	4	4	4	17
4	4	4	3	15
4	4	3	3	14
4	4	3	4	15

5	4	4	4	17
3	3	4	4	14
4	4	4	4	16
4	3	3	4	14
5	4	4	4	17
4	4	4	4	16
4	4	4	3	15
4	4	4	4	16
4	3	4	4	15
4	4	5	5	18
4	4	3	4	15
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
5	4	4	4	17
5	4	3	3	15
5	5	5	3	18
5	5	4	3	17
4	3	3	3	13
5	5	4	4	18
4	3	3	3	13
4	4	4	4	16
3	3	3	3	12
5	5	5	5	20
5	5	4	4	18
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	2	3	13
5	5	5	5	20
3	2	2	1	8
4	3	3	3	13
2	2	2	2	8
4	2	4	2	12
2	2	2	2	8
4	4	3	3	14
5	5	2	2	14
3	3	3	2	11
4	2	2	2	10
3	3	2	2	10
5	5	4	3	17
4	4	2	3	11
3	3	3	2	11
5	5	5	3	18
4	4	2	2	12
4	4	3	2	13
2	2	2	2	8

4	4	2	3	13
5	4	4	3	16
3	3	3	3	12
2	2	2	2	8
5	5	4	4	18
3	3	4	3	13
4	4	4	4	16
2	2	2	2	8
5	5	3	3	16
4	3	4	4	15
4	4	4	3	15
5	5	5	5	20
2	2	2	2	8
3	3	3	3	12
4	4	4	3	15
3	3	3	3	12
2	2	2	2	8
5	5	5	3	18
4	4	3	3	14
4	3	3	3	13
4	3	4	4	15
3	3	2	2	10
2	2	3	2	9
4	4	2	3	13
4	3	4	2	13
5	4	3	3	15
3	3	4	3	13
4	5	4	3	16
5	3	4	4	16
4	2	3	3	12
4	4	2	3	13
2	2	3	2	9
3	3	4	3	13
4	4	2	2	12
4	4	3	2	13
4	4	3	2	13
3	3	2	2	10
4	4	3	3	14
3	3	4	3	13
2	3	2	2	9
4	4	3	3	14
3	3	3	3	12
4	5	5	4	18
3	3	2	2	10
3	3	2	3	11

5	3	3	4	15
3	2	2	2	9
4	4	3	3	14
5	4	3	3	15
3	3	3	3	12

Variabel		Motivasi	X2
X2.1	X2.2	X2.3	Total
2	2	3	7
3	4	4	11
4	3	5	12
5	5	3	13
4	3	4	11
3	3	4	10
3	4	5	12
4	3	2	9
3	4	5	12
3	2	4	9
4	3	3	10
4	4	3	11
4	4	4	12
4	4	4	12
4	4	3	11
5	5	4	14
4	4	4	12
4	3	4	11
4	4	4	12
4	4	5	13
3	4	3	10
3	4	4	11
3	3	4	10
2	1	3	6
4	4	4	12
4	3	4	11
3	4	3	10
3	3	3	9
5	3	4	12
4	4	4	12
4	4	3	11
3	4	4	11
2	2	4	8
2	2	5	9
1	1	4	6
4	3	5	12

1	3	3	7
1	2	4	7
2	2	4	8
2	2	4	8
2	2	5	9
2	2	4	8
2	2	3	7
2	2	3	7
2	2	5	9
2	4	2	8
2	3	3	8
4	4	4	12
3	3	3	9
2	2	4	8
2	2	4	8
2	3	4	9
4	4	4	12
4	3	4	11
2	2	3	7
2	4	5	11
2	3	3	8
3	4	4	11
2	2	3	7
2	4	4	10
2	3	4	9
4	3	3	10
5	5	5	15
2	2	3	7
2	3	3	8
2	3	5	10
2	3	4	9
2	2	2	6
2	4	5	11
4	3	4	11
2	4	3	9
4	5	5	14
2	3	4	9
3	3	3	9
2	2	5	9
3	2	4	9
4	3	5	12
4	4	4	12
3	3	5	11
4	4	3	11
4	4	4	12

2	3	3	8
2	2	4	8
2	3	5	10
2	2	4	8
3	3	3	9
4	3	3	10
2	2	3	7
3	3	4	10
3	3	5	11
3	3	4	10
4	4	4	12
3	3	4	10
4	4	3	11
2	2	4	8
2	3	4	9
4	2	4	10
2	2	4	8
3	3	4	10
4	3	5	12
4	3	3	10

Variabel Minat (Y)					
Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Total
3	3	3	3	3	15
4	4	4	4	4	20
5	3	5	5	4	22
4	4	3	4	4	19
4	4	5	5	4	22
3	2	4	5	4	18
5	4	5	5	4	23
3	3	4	4	2	16
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
4	5	4	3	2	18
3	4	4	4	3	18
3	5	3	4	2	17
4	4	4	4	4	20
4	4	4	5	4	21
4	2	5	5	4	20
4	4	4	4	4	20
3	3	4	4	4	18
4	4	4	4	4	20
5	3	4	4	3	19
5	5	5	5	3	23

4	3	4	5	5	21
4	4	4	4	5	21
3	3	3	3	3	15
4	4	4	4	4	20
4	4	3	3	2	16
4	4	4	4	4	20
3	3	3	3	3	15
4	4	4	4	4	20
5	4	4	4	5	22
4	4	4	4	4	20
5	4	4	4	4	21
4	3	4	4	2	17
5	2	5	5	5	22
3	2	3	4	1	13
5	3	5	5	4	22
4	3	4	3	2	16
4	2	4	4	2	16
4	2	2	2	2	12
4	4	2	4	2	16
4	2	3	4	2	15
4	2	3	3	2	14
2	2	2	3	3	12
2	2	2	2	2	10
4	4	3	3	3	17
3	4	2	5	3	17
3	2	3	3	3	14
4	4	4	4	3	19
4	4	4	4	2	18
4	2	3	3	2	14
4	4	4	4	3	19
4	4	4	4	4	20
4	3	3	4	4	18
4	3	4	4	4	19
3	3	3	3	3	15
4	4	4	4	2	18
3	2	4	4	3	16
4	4	4	4	4	20
3	3	3	3	2	14
4	4	4	4	2	18
3	4	3	3	3	16
4	4	4	4	4	20
5	3	5	5	5	23
3	2	3	3	2	13
3	3	3	3	3	15
4	4	4	4	3	19

3	3	3	3	3	15
3	2	3	3	2	13
5	4	4	5	5	23
4	4	3	3	2	16
3	2	3	4	4	16
5	4	4	4	3	20
2	2	3	3	2	12
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	2	14
4	3	4	4	3	18
4	3	4	4	4	19
3	3	3	3	2	14
5	3	5	5	5	23
3	3	3	3	5	17
4	4	4	4	4	20
3	3	3	4	3	16
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	2	14
3	3	3	3	2	14
3	3	3	3	3	15
3	3	4	4	3	17
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15
4	2	4	4	4	18
4	4	4	4	5	21
3	3	3	3	3	15
4	3	3	3	2	15
4	4	4	4	3	19
3	3	3	3	3	15
3	3	4	4	2	16
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
4	3	4	4	4	19
4	4	3	3	3	17

Lampiran 3 Hasil Uji Validitas

a) Hasil Uji Validitas Variabel X1

		Correlations				
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Total_X1
X1.1	Pearson Correlation	1	,778**	,562**	,040	,857**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,671	,000
	N	114	114	113	114	101
X1.2	Pearson Correlation	,778**	1	,566**	-,026	,838**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,787	,000
	N	114	114	113	114	101
X1.3	Pearson Correlation	,562**	,566**	1	,096	,833**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,313	,000
	N	113	113	113	113	100
X1.4	Pearson Correlation	,040	-,026	,096	1	,822**
	Sig. (2-tailed)	,671	,787	,313		,000
	N	114	114	113	114	101
Total_X1	Pearson Correlation	,857**	,838**	,833**	,822**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	101	101	100	101	101

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

b) Hasil Uji Validitas Variabel X2

		Correlations			
		X2.1	X2.2	X2.3	Total_X2
X2.1	Pearson Correlation	1	,621**	,070	,836**
	Sig. (2-tailed)		,000	,487	,000
	N	101	101	101	101
X2.2	Pearson Correlation	,621**	1	,079	,818**
	Sig. (2-tailed)	,000		,434	,000
	N	101	101	101	101
X2.3	Pearson Correlation	,070	,079	1	,470**
	Sig. (2-tailed)	,487	,434		,000
	N	101	101	101	101
Total_X2	Pearson Correlation	,836**	,818**	,470**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	101	101	101	101

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

c) Hasil Uji Validitas Variabel Y

		Correlations					
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Total_Y
Y.1	Pearson Correlation	1	,400**	,678**	,596**	,451**	,803**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000
	N	101	101	101	101	101	101
Y.2	Pearson Correlation	,400**	1	,290**	,269**	,238*	,577**
	Sig. (2-tailed)	,000		,003	,007	,016	,000
	N	101	101	101	101	101	101
Y.3	Pearson Correlation	,678**	,290**	1	,758**	,533**	,840**
	Sig. (2-tailed)	,000	,003		,000	,000	,000
	N	101	101	101	101	101	101
Y.4	Pearson Correlation	,596**	,269**	,758**	1	,567**	,825**
	Sig. (2-tailed)	,000	,007	,000		,000	,000
	N	101	101	101	101	101	101
Y.5	Pearson Correlation	,451**	,238*	,533**	,567**	1	,766**
	Sig. (2-tailed)	,000	,016	,000	,000		,000
	N	101	101	101	101	101	101
Total_Y	Pearson Correlation	,803**	,577**	,840**	,825**	,766**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	101	101	101	101	101	101

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).
 * . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Lampiran 4 Hasil Uji Reliabilitas

a) Hasil Uji Reliabilitas Variabel X1

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,863	4

b) Hasil Uji Reliabilitas Variabel X2

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,809	3

c) Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,808	5

Lampiran 5 Hasil Uji Normalitas

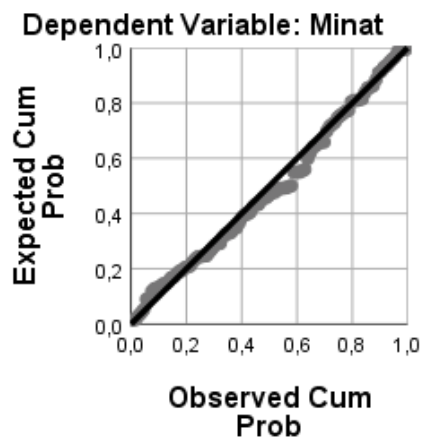
a) Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		101
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,07094458
Most Extreme Differences	Absolute	,083
	Positive	,083
	Negative	-,046
Test Statistic		,083
Asymp. Sig. (2-tailed)		,081 ^c

a. Test distribution is Normal.
 b. Calculated from data.
 c. Lilliefors Significance Correction.

b) Uji Normalitas P-Plot

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Lampiran 6 Hasil Uji Multikolinieritas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	6,501	1,125		5,778	,000		
	Pengetahuan	,383	,100	,389	3,845	,000	,486	2,059
	Motivasi	,592	,156	,384	3,791	,000	,486	2,059

a. Dependent Variable: Minat

Lampiran 7 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,659	,679		2,443	,016
	Pengetahuan	-,103	,060	-,245	-1,715	,090
	Motivasi	,140	,094	,212	1,487	,140

a. Dependent Variable: RES2

Lampiran 8 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,716 ^a	,513	,503	2,092

a. Predictors: (Constant), Motivasi, Pengetahuan

Lampiran 9 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6,501	1,125		5,778	,000
	Pengetahuan (X1)	,383	,100	,389	3,845	,000
	Motivasi (X2)	,592	,156	,384	3,791	,000

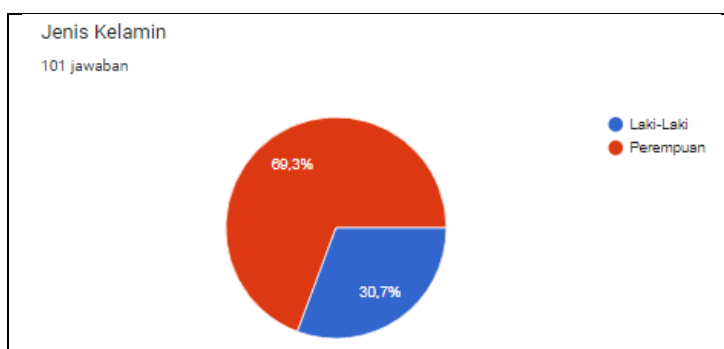
a. Dependent Variable: Minat (Y)

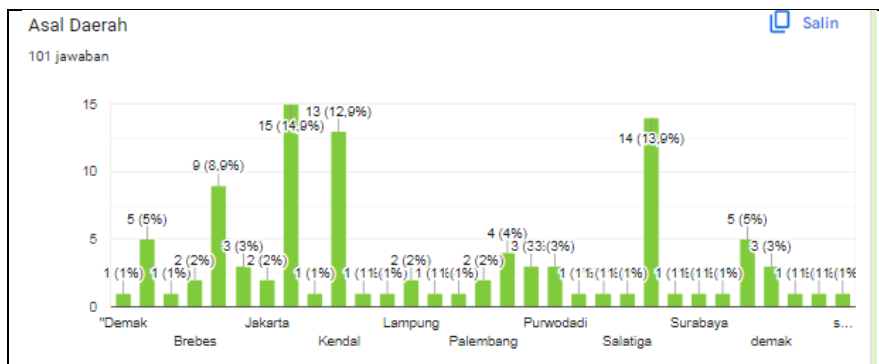
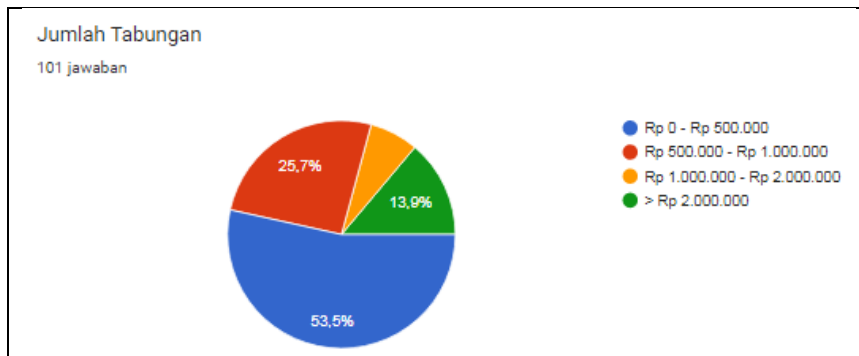
Lampiran 10 Hasil Uji t

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6,501	1,125		5,778	,000
	Pengetahuan	,383	,100	,389	3,845	,000
	Motivasi	,592	,156	,384	3,791	,000

a. Dependent Variable: Minat

Lampiran 11 Dokumentasi karakteristik Responden

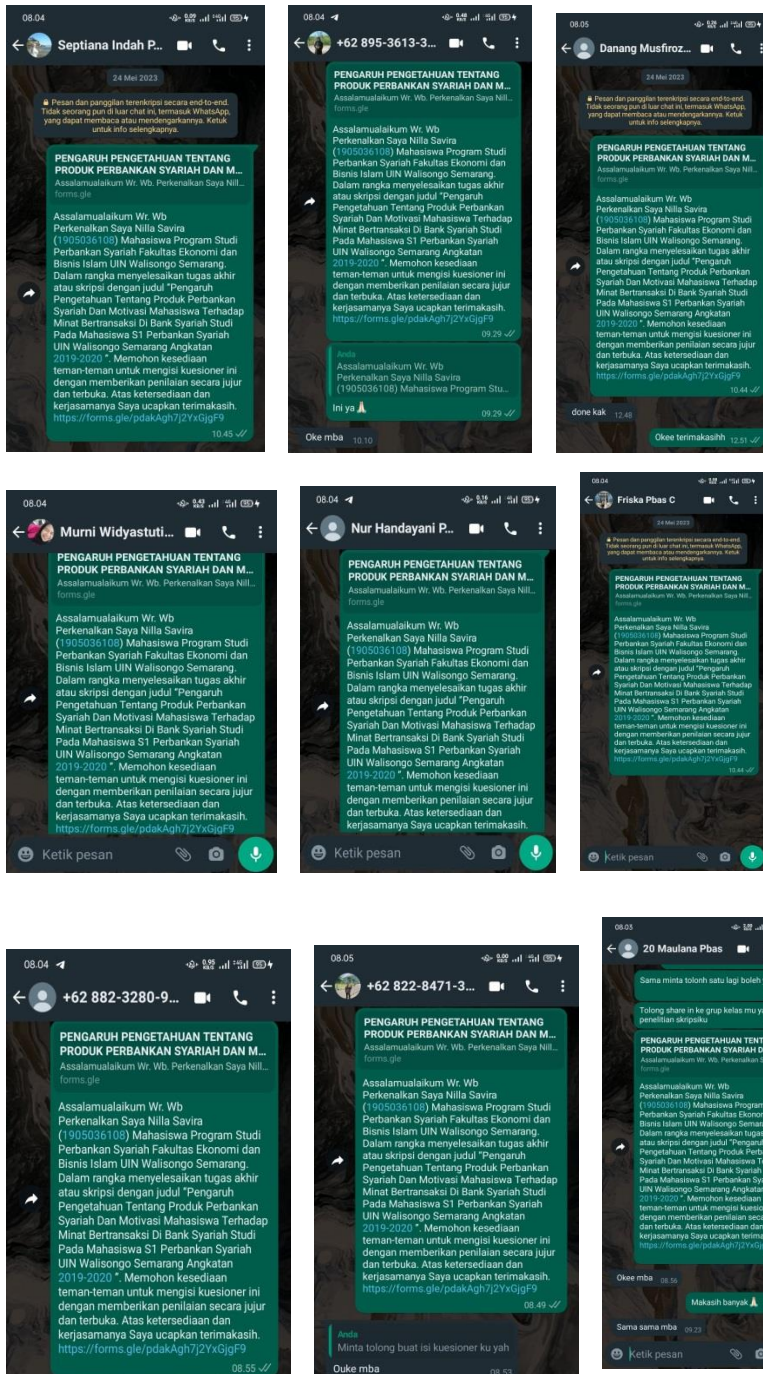




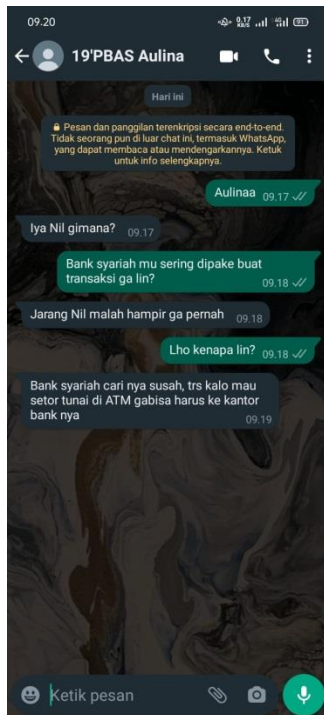
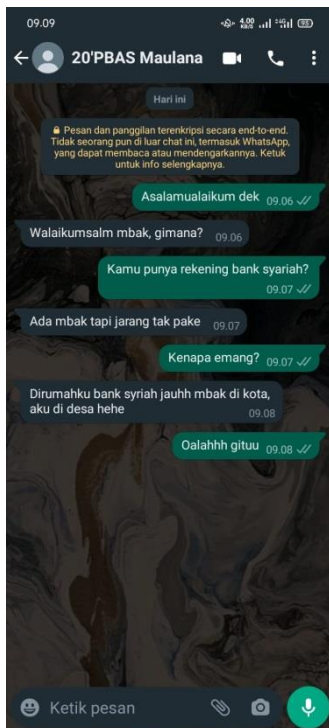
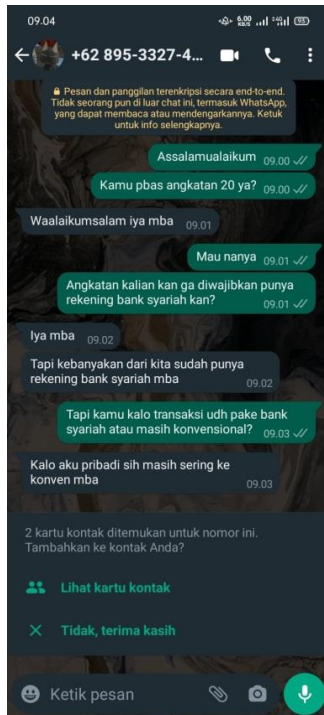
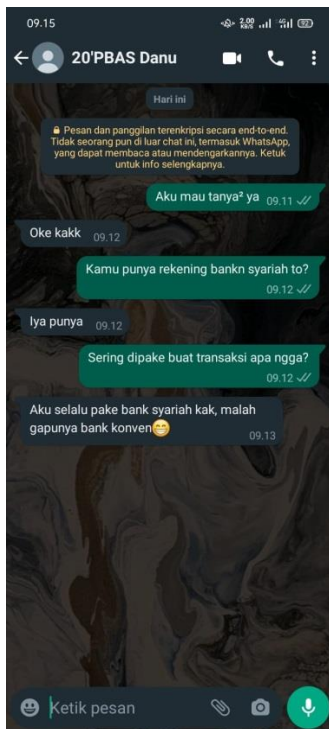
Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan

Angkatan	Jumlah Mahasiswa	Presentase
2019	63	62,4%
2020	38	37,6%
Total	101	100%

Lampiran 12 Screenshot Bukti Kuesioner



Lampiran 13 Screenshot Bukti Pra Riset



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Nilla Savira

Tempat, Tanggal Lahir : Jepara, 10 Januari 2001

Alama : Ds. Purwogondo RT.18/RW.03, Kalinyamatan, Jepara

Jenis Kelamin : Perempuan

Agama : Islam

No. Hp : 081338726189

Email : nillasavira056@gmail.com

Pendidikan : 1. SD N 01 Purwogondo
2. SMP N 01 Kalinyamatan
3. SMA N 01 Pecangaan
4. Universitas Islam Negeri Walisongo Angkatan 2019

Nama Ayah : Dorik Iskandar

Pekerjaan : Buruh

Nama Ibu : Soraya

Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga