

**PENGARUH PRODUCT KNOWLEDGE DAN
PERSEPSI TENTANG PERBANKAN SYARIAH
TERHADAP MINAT MENABUNG MAHASISWA FEBI
2016**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1)
Dalam Ilmu Ekonomi Islam



oleh :

Naeli Muftikhatur Rohmah

NIM 1405026214

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

2021

Imam Yahya, Dr., M.Ag., H

NIP. 19700410 199503 1 001

Henry Yuningrum, SE., M.Si

NIP. 19810609 200710 2005

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : 4 (Empat) eksemplar
Hal : Persetujuan Naskah Skripsi
An. Sdri. Naeli Muftikhatur Rohmah

Kepada.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Walisongo Semarang

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah melakukan Bimbingan, arahan dan koreksi, bersama ini saya kirim naskah skripsi saudara :

Nama : Naeli Muftikhatur Rohmah
NIM : 1405026214
Program Studi : Ekonomi Islam
Judul : Pengaruh Product Knowledge dan Persepsi Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Mahasiswa Febi 2016

Dengan ini saya mohon kiranya skripsi saudara tersebut dapat segera di munaqosahkan. Demikian atas perhatiannya, harap menjadi maklum adanya dan kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Semarang, 24 Juni 2021

Pembimbing I



Imam Yahya, Dr., M.Ag., H
NIP. 19700410199503 1 001

Pembimbing II



Henry Yuningrum, SE., M.Si
NIP. 19810609 200710 2005



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

Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus III Ngaliyan Telp./Fax (024) 7601291 Semarang 50158

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi Saudari : Naeli Muftikhatur Rohmah
NIM : 1405026214
Judul : Pengaruh Product Knowledge dan Persepsi Tentang
Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Mahasiswa
Febi 2016

Telah dimunaqasahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, dan dinyatakan
lulus dengan predikat cumlaude/baik/cukup, pada tanggal 30 Juni 2021 dan
dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata 1 tahun
akademik 2020/2021.

Semarang, 30 Juni 2021
Sekretaris Sidang

Ketua Sidang



Nurudin, S.E., M.M
NIP. 19900523 201503 1 004

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

Penguji I

Penguji II

Dr. H. Nur Fatoni, M.Ag.
NIP. 19730811 200003 1 004

M. Nadzir, M.Si.
NIP. 19730923 200312 1002

Pembimbing I

Pembimbing II

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

Heny Yuningrum, SE., M.Si.
NIP. 19810609 200710 2 005

MOTTO

إِنَّ لِكُلِّ دِينٍ خُلُقًا وَخُلُقُ الْإِسْلَامِ الْحَيَاءُ

“Setiap agama memiliki akhlak dan akhlak Islam adalah malu.”

(HR Ibnu Majah)

PERSEMBAHAN

Bismillahirrohmanirrohim

Syukur Alhamdulillah saya panjatkan kepada Allah SWT, atas segala rahmat-Nya sehingga saya diberi kesempatan dalam menyelesaikan tugas akhir skripsi ini. Rasa syukur selalu terucapkan kepada-Nya karena telah menghadirkan orang-orang yang berarti di sekeliling saya, yang selalu memberi dukungan serta doa kepada saya sehingga karya skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Saya persembahkan sebuah karya sederhana ini untuk Ibuku tercinta, Ibu Suliyah wanita yang pertama kali ku kenal di dunia, sosok wanita tangguh, sabar, penyanyang yang selalu mendoakan, membimbing, menasehati, dan merawatku hingga sampai saat ini. Terima kasih untuk segala hal yang kau berikan. Semoga Allah SWT selalu memberikan kesehatan, kebahagiaan serta keselamatan bagimu. Dan teruntuk Bapak Rozikan, sosok ayah yang penyanyang, sabar, bekerja keras untuk anak-anaknya. Berjuang tanpa kenal lelah demi melihat anak-anaknya untuk bisa melanjutkan pendidikan yang lebih tinggi. Semoga Allah SWT selalu melindungimu, memberikan kesehatan, kebahagiaan serta keselamatan untukmu.

Tak ketinggalan saya persembahkan karya ini kepada :

1. Alamameter saya dan para Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang (khususnya Dosen yang mengampu mata kuliah di Jurusan Ekonomi Islam).
2. Teman-teman kelas seperjuangan Ekonomi Islam (EIG) angkatan 2014. Khususnya untuk Yuanisa Kusuma Sari, Dwi Mita Sari dan Rini Widiyastuti.
3. Teman-teman kos sejuk Puji Rahayu, Atik Uswatun Hasanah dan mbak Nurul
4. Terimakasih untuk yang selalu ada dalam waktu senggang untuk memberikan wejangan-wejangan dan wawasan pengalamanya , kerabat saurada-saudara lelaki saya, Ahamd Suyuti Ikhsan atas semangat yang diberikan
5. Semua Pihak yang tidak dapat penulis sebut satu persatu yang telah membantu dalam penyelesaian penulisan skripsi ini.

DEKLARASI

Nama : Naeli Muftikhatur Rohmah
NIM : 1405026214
Program Studi : S1 Ekonomi Islam
Fakultas : Ekonomi dan Binsis Islam

Dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab, penulis menyatakan bahwa skripsi ini berisi materi yang pernah ditulis orang lain atau diterbitkan. Skripsi ini tidak berisi satu pun pemikiran-pemikiran orang lain, kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan sebagai bahan rujukan.

Semarang, 10 Juni 2021

Deklarator,

Naeli Muftikhatur Rohmah

NIM: 1405026214

TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Penulisan transliterasi huruf-huruf Arab Latin di dalam skripsi ini mengacu pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158/1987 dan Nomor: 0543b/U/1987. Penyimpangan penulisan kata sandang (al-) disengaja secara konsisten agar sesuai teks Arabnya.

1. Konsonan

Arab	Latin	Arab	Latin
ا	A	ط	T
ب	B	ظ	Z
ت	T	ع	'
ث	S	غ	G
ج	J	ف	F
ح	H	ق	Q
خ	Kh	ك	K
د	D	ل	L
ذ	Z	م	M
ر	R	ن	N
ز	Z	و	W
س	S	ه	H

ش	Sy	ء	'
ص	S	ي	Y
ض	D		

2. Vokal

Vokal Bahasa Arab sama seperti vocal dalam Bahasa Indonesia, terdiri dari vocal tunggal atau monoftong dan vokal atau diftong.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal Bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat. Transliterasinya sebagai berikut:

Arab	Nama	Latin
◌َ	<i>Fathah</i>	A
◌ِ	<i>Kasrah</i>	I
◌ُ	<i>Dhammah</i>	U

b. Vokal Rangkap

Vokal Rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf transliterasinya gabungan huruf yaitu :

Arab	Nama	Latin
يَ	<i>Fathah dan ya</i>	Ai
وَ	<i>Kasrah dan wawu</i>	Au

c. Bacaan Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut :

Arab	Nama	Latin
أَوْ	<i>Fathah dan Alif atau ya</i>	Au
أَيَّ	<i>Kasrah dan ya</i>	Ai
يِإِ	<i>Dhammah dan wawu</i>	Iy

d. Ta Marbutah

Transliterasinya ta marbutah ada dua, yaitu :

- 1) Ta marbutah (ة) hidup

Ta marbutah yang hidup atau mendapat harakat fatah, kasrah, dan dhammah, transliterasinya adalah t.

2) Ta marbutah (ﺕ) mati

Ta marbutah yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah h.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji yang senantiasa penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, tak lupa sholawat serta salam kita panjatkan kepada Baginda Nabi Muhammad SAW. Atas doa, bantuan, serta dukungan dari berbagai pihak, sehingga penulis dapat menyelesaikan karya yang sederhana ini berupa skripsi yang berjudul. **“Pengaruh Product Knowledge dan Persepsi Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Mahasiswa Febi 2016”**. Penyusunan skripsi ini bertujuan untuk menyelesaikan studi Strata 1 (S1) Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

Dalam melakukan penulisan tentunya penulis banyak mengalami hambatan yang menimbulkan kesulitan dalam menyelesaikan skripsi. Penulis menyadari berkat bantuan, doa serta dukungan dari berbagai pihak baik itu berupa pengarahan, pemberian informasi, saran dan bimbingan, akhirnya penulisan dan penyusunan tugas akhir skripsi ini dapat terselesaikan. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan penghargaan ucapan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Imam Taufiq, M.Ag selaku rektor Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
2. Bapak Dr. H. Muhammad Saifullah, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang
3. Bapak H. Ade Yusuf Mujaddid, M. Ag selaku Kepala Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
4. Bapak Imam Yahya, Dr., M. Ag., H selaku Dosen Pembimbing I, dan Ibu Heny Yuningrum, SE., M.Si selaku Dosen Pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu untuk membimbing, mengarahkan dan memberi petunjuk dengan sabar sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Dosen-dosen Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang dan dosen-dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo beserta seluruh staf dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo.

Semoga amal kebaikan semua pihak yang telah memberikan bantuan dan bimbingannya dalam penyusunan

skripsi ini akan mendapat pahala dari Allah SWT. dengan segala kerendahan hati penulis menyadari masih banyak terdapat kekurangan-kekurangan, sehingga penulis mengharapkan adanya saran dan kritik yang bersifat membangun demi kesempurnaan skripsi ini.

Semarang, 10 Juni 2021

Penulis,

Naeli Muftikhatur Rohmah

NIM: 1405026214

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	hal
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN DEKLARASI	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI	viii
KATA PENGANTAR.....	xii
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR TABEL	xxi
DAFTAR GAMBAR	xxi
HALAMAN ABSTRAK	xxiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	15
1.3 Tujuan Penelitian	15

1.4 Manfaat Penelitian	16
1.5 Sistematika Penulisan	17

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Perbankan Syariah

2.1.1 Sejarah Perbankan Syariah	21
2.1.2 Pengertian Perbankan	22
2.1.3 Pengertian Bank Syariah	24
2.1.4 Perbedaan Bank Syariah & Konvensional	26
2.1.5 Asas Perbankan Syariah	29
2.1.6 Prinsip-prinsip Bank Syariah	37

2.2 Persepsi

2.2.1 Pengertian Persepsi	40
2.2.2 Proses Persepsi	43
2.2.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Persepsi	45
2.2.4 Aspek-aspek Persepsi	46
2.2.5 Komponen Utama Persepsi	48
2.2.6 Faktor yang Mempengaruhi Persepsi	49

2.3 Pengetahuan

2.3.1 Pengertian Pengetahuan	50
2.3.2 Faktor-faktor mempengaruhi pengetahuan	53
2.3.3 Faktor-faktor pengetahuan Investasi	54
2.3.4 Indikator Pengetahuan.....	56

2.4 Minat	
2.4.1 Pengertian Minat	59
2.4.2 Indikator Minat	65
2.5 Kajian Pustaka	68
2.6 Kerangka berfikir	72
2.7 Hipotesis	73

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian dan Sumber Data	81
3.2 Populasi dan Sampel.....	82
3.2.1 Populasi	82
3.2.2 Sampel	83
3.3 Metode Pengumpulan Data	84
3.3.1 Kuesioner dan Angket	85
3.3.2 Dokumentasi	86
3.4 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	86
3.4.1 Variabel Penelitian	86
3.4.2 Definisi Operasional	88
3.5 Teknik Analisis Data	89

3.5.1 Uji Validitas	91
3.5.2 Uji Reliabilitas	92
3.5.3 Uji Asumsi Klasik	92
3.5.3.1 Uji Normalitas	92
3.5.3.2 Uji Multikolonieritas	93
3.5.3.3 Uji Heteroskedastisitas	94
3.5.4 Analisis Regresi Linier Berganda	95
3.5.5 Uji Hipotesis	96
3.5.5.1 Uji Signifikasi Simultan (Uji F)	96
3.5.5.2 Uji Signifikasi Pengaruh Parsial (Uji T)	97
3.5.5.3 Koefisien Determinasi (R ²)	97

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambar Umum Objek Penelitian	99
4.1.1 Sejarah Singkat FEBI UIN Walisongo	99
4.1.2 Visi & Misi FEBI UIN Walisongo	101
4.2 Deskripsi Data dan Karakteristik Responden	102
4.2.1 Deskripsi Data Responden	102

4.2.2 Karakteristik Responden Jenis kelamin.....	103
4.3 Analisis Data dan Interpretasi Data	104
4.3.1 Uji Instrumen	104
4.3.1.1 Uji Validitas	104
4.3.1.2 Uji Reliabilitas.....	106
4.3.2 Uji Asumsi Klasik	107
4.3.2.1.Uji Normalitas	107
4.3.2.2 Uji Multikolonieritas	109
4.3.2.3 Uji Heteroskedastisitas	111
4.3.3 Analisis Regresi Linier Berganda	112
4.3.4 Uji Hipotesis	115
4.3.4.1 Uji F (Simultan).....	115
4.3.4.2 Uji T (Parsial).....	117
4.3.4.3 Koefisien Determinasi (R ²).....	120
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian	121
4.4.1 Pengaruh Nilai Konstanta Terhadap Minat	121

4.4.2 Pengaruh Variabel Pengetahuan Terhadap Minat	121
4.4.3 Pengaruh Persepsi Terhadap Minat.....	122
4.4.4 Pengaruh Pengetahuan&Persepsi Terhadap Minat	123

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan	125
5.2 Saran	126

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 :Perkembangan Lembaga Perbankan Syariah	7
Tabel 2.1 : Perbedaan Bank Syariah dan Bank Konvensional	27
Tabel 2.2 : Perbedaan Bunga dan Bagi Hasil	28
Tabel 2.3 : Penelitian Terdahulu	68
Tabel 3.1 : Alternatif Jawaban	86
Tabel 3.2 : Variabel Penelitian	88
Tabel 4.1 : Jenis Kelamin Responden	103
Tabel 4.2 : Hasil Uji Validitas	104
Tabel 4.3 : :Hasil Uji Reliabilitas	107
Tabel 4.4 : Hasil Uji Multiklonieritas	110
Tabel 4.5 : Hasil Uji Regresi Linier Berganda	113
Tabel 4.6 : Hasil Uji Simultan (Uji F)	116
Tabel 4.7 : Hasil Uji Parsial (Uji T)	117
Tabel 4.8 : Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²)	120

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1:Aset Perbankan Syariah & Perbankan Konvensional	3
Gambar 1.2: Indikator Kinerja Bank Umum Konvensional	4

Gambar 1.3: Perkembangan Total Aset IKNB Syariah	9
Gambar 1.4: Perkembangan Jumlah Pelaku IKNB Syariah.....	10
Gambar 2.1 : Kerangka Teoritik	72
Gambar 4.1 : Grafik Normal P-Plot	108
Gambar 4.2 : Scatterplot	112

Abstrak

Sistem perbankan Indonesia memiliki dual sistem banking yaitu bank Syariah dan bank Konvensional. UIN Walisongo menjadi salah satu lembaga pendidikan dengan fakultas Ekonomi syariah yang di dalamnya terdapat prodi perbankan. Pengetahuan dan Presepsi atas sebuah sistematika perbankan menjadi penentu atas sebuah minat suatu produk yang tak lain juga produk perbankan. Dalam hal ini pengetahuan seseorang terhadap suatu objek atau produk mempunyai tingkat yang berbeda-beda hal ini tak lain juga sama halnya dengan sebuah presepsi yang intensitasnya lebih memberikan efek tersendiri atas sebuah pengambilan keputusan minat. Pembahasan dari sebuah minat penggunaan produk perbankan menjadi salah satu objek penelitian yang ingin dikaji dalam penelitian ini dengan perumusan masalah bagaimana pengaruh atas pengetahuan serta presepsi mahasiswa terhadap minat menabung di Bank Syariah.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode pendekatan kuantitatif. Sumber data dalam penelitian ini menggunakan data primer yang berasal dari kuesioner yang diberikan kepada Mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang angkatan 2016 sebanyak 85 responden, Metode dalam analisis yang digunakan peneliti adalah menggunakan uji instrumen pertanyaan dengan uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda serta uji hipotesis dengan menggunakan uji t dan koefisien determinasi (R^2), dengan olah data menggunakan SPSS 23.0 *for windows*.

Dari hasil penelitian dengan olah data penelitian diper oleh persamaan regresi linier berganda $Y = 10,667 + 0,293 + 0,591$ Dengan hasil penelitian pada koefisien regresi secara parsial (uji t) pada kedua variabel adalah untuk variabel Pengetahuan menunjukkan bahwa nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($1,749 < 1,989$), dan

nilai signifikansi ($0,84 > 0,05$) sehingga menghasilkan simpulan bahwa hipotesis H_a ditolak dan H_o diterima dengan hasil pernyataan Pada Variabel Pengetahuan tidak berpengaruh signifikan Terhadap Minat dan hasil uji parsial dari pengaruh variabel Presepsi terhadap Minat memiliki hasil Uji nilai signifikansi ($0,001 < 0,05$) dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,748 > 1,989$) dengan begitu hasil uji parsial variabel menyatakan bahwa H_a diterima dan H_o ditolak dengan kesimpulan bahwa variable presepsi berpengaruh signifikan terhadap minat keputusan untuk menggunakan produk bank syariah. Sedangkan dalam koefisien determinasi (R^2) diketahui nilai koefisien determinasi sebesar 0,292 hal ini berarti bahwa variasi Minat (Y) dipengaruhi oleh perubahan variabel *Pengetahuan dan presepsi* (X) yaitu sebesar 29,2 % dan sedangkan sisanya ditentukan atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam analisa atau penelitian ini.

Kata kunci :Pengaruh Pengetahuan, Presepsi , Minat Perbankan Syariah.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kata bank sebenarnya sudah tidak asing lagi bagi kita, bank merupakan salah satu lembaga keuangan yang memiliki peran penting di dalam perekonomian suatu negara sebagai lembaga perantara keuangan. Bank di kenal dalam masyarakat sebagai lembaga keuangan yang kegiatan utamanya menerima simpanan giro, deposito dan tabungan. Kemudian bank juga di kenal di kalangan masyarakat sebagai tempat untuk meminjam uang atau kredit bagi masyarakat yang membutuhkannya. Selain itu, bank juga di kenal sebagai tempat untuk menukar uang, memindahkan uang atau menerima segala macam bentuk pembayaran dan setoran rumah tangga seperti pembayaran uang kuliah, pajak, air, telepon, listrik dan pembayaran lainnya.¹

Dalam sistem Lembaga Keuangan, ada dua jenis yang harus dipahami, pertama Lembaga Keuangan berorientasi Bank, kegiatan yang dilakukan dalam bentuk penghimpunan dan penyaluran dana, menghimpun dana dari masyarakat yang memiliki kelebihan dana kemudian menyetorkannya ke Bank,

¹ Dr. Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, Jakarta: Raja Wali Pers, 2012, hal.24

kedua yaitu kegiatan penyaluran yang kegiatannya memberikan sebagian dananya kepada masyarakat yang membutuhkan.²

Di Indonesia sendiri dapat di ketahui terdapat dua jenis bank yaitu bank syariah dan bank konvensional. Bank syariah atau *islamic bank* berbeda dengan bank konvensional. Perbedaan terletak pada landasan operasional yang digunakan. Bank konvensional beroperasi dengan sistem bunga, sedangkan bank syariah beroperasi berdasarkan bagi hasil, jual beli, dan sewa. Hal ini didasarkan pada keyakinan bahwa bunga bank mengandung unsur riba yang dilarang oleh agama islam.³

Perkembangan dunia perbankan di Indonesia selalu mempengaruhi stabilitas keuangan negara yang bersifat proses jangka panjang dan berkelanjutan. Perkembangan dunia perbankan di Indonesia dapat di lihat dari beberapa sisi, salah satunya data penelitian yang peneliti dapatkan, yang berkaitan dengan perkembangan aset perbankan yang tergabung dalam *market share* di perbankan syaria'ah.

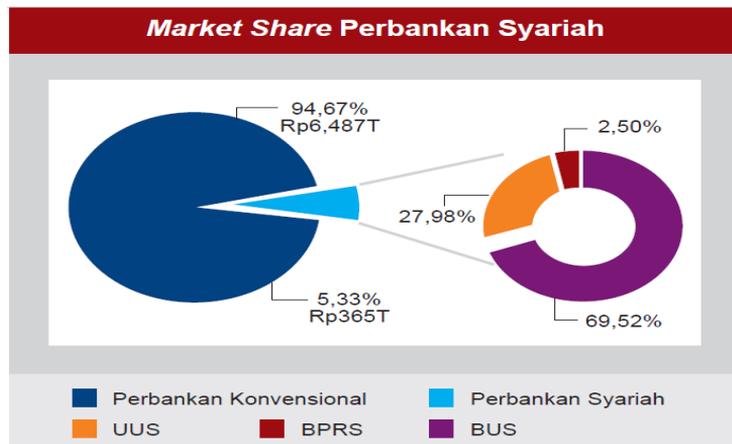
²Mujaddid, Ade Yusuf.Dkk, *Pengaruh Pendapatan Margin dan Bagi Hasil Terhadap Laba Bersih yang dicapai di BRI Syariah*, jurnal Keuangan dan Perbankan Islam, vol. 3, no 1, 2021

³ Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah: Konsep dan Praktek di Beberapa Negara*, Jakarta:PT Raja Grafindo, 2006, hal.1

Indikasi perkembangan aset perbankan syariah dan perbankan konvensional yang bersumber dari data OJK memberikan perhatian tersendiri. Peningkatan aset dari sebuah bank di pandang memiliki elektabilitas yang cukup tinggi dan dapat menggambarkan kemampuan persaingan. Berdasarkan data acuan yang peneliti dapatkan, terkait indikator peningkatan yang menggambarkan kinerja data perkembangan aset syariah dan perbankan konvensional dapat di gambarkan sebagaimana berikut :

Gambar 1.1

Aset Perbankan Syariah dan Perbankan Konvensional



Sumber: Otoritas Jasa Keuangan (OJK)

Menurut Statistik Perbankan Syari'ah (SPS) tingkat pertumbuhan ketertarikan nasabah memang lebih banyak kepada bank syari'ah. Akan tetapi, dari segi jumlah nasabah masih dikuasai oleh bank konvensional walaupun presentase pertumbuhannya dapat dibilang tidak stabil. Bank konvensional lebih unggul dalam aset, pendapatan maupun nasabah.

Gambaran lain yang dapat menggambarkan perkembangan lingkup kinerja perbankan di Indonesia juga dapat dilihat dari indikator kinerja kerja Bank Konvensional, dimana Sebuah indikator kinerja Bank dapat mewakili sejauh mana kemampuan bank dalam operasional kegiatannya. Pada data pendukung yang peneliti dapatkan gambaran umum indikator kinerja bank umum konvensional dapat digambarkan sebagai mana berikut:

Gambar 1.2

Indikator Kinerja Bank Umum Konvensional



Sumber: Otoritas Jasa Keuangan (OJK)

Dalam gambaran tersebut dapat dijelaskan bahwasanya pada kinerja umum Bank konvensional Indonesia, kinerja CAR (rasio kecukupan modal) dari perbankan konvensional memiliki presentase sebesar 23,22%, presentase BOPO (Biaya operasi untuk pendapatan operasi) per Januari 2019 memiliki kemampuan presentase 87,79 %, dan LDR: *Loan to Deposit Ratio* atau rasio pinjaman terhadap deposito per Januari 2019 adalah 93,97% dan hasil kinerja *Net Interest Margin* (margin bunga bersih) bank mencapai presentase 4,92% dan kemampuan ROA: *Return of Aset* (pengembalian aset) per Januari 2019 mencapai 2,59%. Gambaran pencapaian Kinerja Bank umum tersebut dapat menjadi indikator kemampuan perkembangan Peningkatan dari Lembaga keuangan di Indonesia bagi peneliti, karena bagi peneliti dengan menggunakan indikator perkembangan tersebut cakupan kinerja persaingan dengan perkembangan menjadi validasi yang akurat.

Beberapa faktor yang mempengaruhi masyarakat dalam memilih produk bank sebagai sumber pendanaan yang mereka butuhkan. Dari faktor jumlah kredit, tingkat suku bunga yang diberikan dan nilai agunan yang dipersyaratkan menjadi faktor utama yang mempengaruhi masyarakat dalam memilih produk

bank. Kemudian diikuti faktor kredibilitas dalam suatu bank dan administrasi menjadi faktor terakhir.⁴

Hal yang paling mendasar untuk membedakan antara lembaga keuangan konvensional dan lembaga keuangan syariah adalah terletak pada pembagian dan pengambilan keuntungan yang diberikan oleh nasabah atau yang diberikan oleh lembaga keuangan kepada nasabah. Bank syariah menggunakan prinsip bagi hasil. Bank syariah juga tidak menggunakan instrumen bunga sebagai alat untuk mendapatkan keuntungan. Dari kedua jenis bank tersebut dapat memengaruhi perilaku calon nasabah dalam menentukan preferensi mereka terhadap pemilihan antara kedua tipe bank tersebut, calon nasabah dapat dipengaruhi oleh persepsi terhadap karakteristik perbankan, dan juga pengetahuan tentang informasi perbankan juga dapat memberikan dampak terhadap perilaku konsumen.⁵

Menurut UU No.10 tahun 1998 tentang perubahan UU No.7 tahun 1992 tentang perbankan, disebutkan bahwa Bank

⁴ Nababan, Denisa, dan Haroni. 2013. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Masyarakat Kecamatan Medan Helvetia Dalam Memilih Lembaga Keuangan Sebagai Sumber Pendanaan. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*. Vol. 1, No. 6

⁵ Dede Aji Mardani, Peran Perbankan Syariah dalam Mengimplementasikan Keuangan Inklusif di Indonesia. *Jurnal al-Afkar*, Vol.1, No.1, Januari 2018

Syariah adalah bank umum yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.⁶ Kehadiran bank syariah sendiri untuk menawarkan bagi umat islam yang ingin melakukan transaksi di bank tanpa melanggar larangan riba.

Bank syariah adalah bank yang beroperasi dengan tidak mengandalkan pada bunga. Bank syariah atau juga disebut bank tanpa bunga, adalah lembaga keuangan atau perbankan yang operasional dan produknya di kembangkan berlandaskan pada Al-Qur'an dan Hadis atau dengan kata lain, Bank Syariah adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lain dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoprasianya disesuaikan.⁷

Adapun peranan dan fungsi dari Bank Syariah, diantara peranan bank Islam adalah memurnikan operasional perbankan syariah sehingga dapat lebih meningkatkan kepercayaan masyarakat. Meningkatkan kesadaran umat islam sehingga dapat memperluas segmen dan pangsa pasar perbankan syariah..⁸ Dari

⁶ Muhammad, *Bank Syariah*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005, hal. 78

⁷ M. Syafe'i Antonio, *Apa dan Bagaimana Bank Islam*, yogyakarta : PT. Dana Wakaf, 1997, hal. 1

⁸ Muhammad Nadratuzzaman, *Produk Keuangan Islam di Indonesia dan Malaysia*, Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama, 2013, hal. 6

beberapa data yang peneliti kumpulkan di dapatkan jumlah perkembangan Lembaga keuangan sebagaimana berikut :

Tabel 1.1

Perkembangan Lembaga Perbankan syariah di Indonesia

Lembaga	Periode				
	2014	2015	2016	2017	2018(Jan-Nov)
BUS	2.163	1.990	1.869	1.825	1.868
UUS	320	311	332	344	347
BPRS	276	283	287	274	289

Sumber: Otoritas Jasa Keuangan (2009-2018)

Keterangan:

BUS (Bank Umum Syariah)

UUS (Unit Usaha Syariah)

BPRS (Badan Pembayaran Rakyat Syariah)

Berdasarkan tabel di atas, jumlah BUS mengalami penurunan dari tahun 2014 hingga tahun 2017 lalu mengalami kenaikan di tahun 2018. Sedangkan jumlah UUS mengalami penurunan di tahun 2015 dan mengalami kenaikan di tahun 2016 hingga 2018. Dan jumlah BPRS mengalami kenaikan dan penurunan di setiap tahun.

Dalam beberapa sumber yang peneliti pelajari, Menurut Dr.Madan Beberapa faktor penyebab keterlambatanya pengembangan Bank Syariah antara lain adalah:

1. sumber daya manusia dan keberadaan bank syariah yangkurang di ketahui masyarakat karna kurangnya sosialisasi dari pihak bank ke masyarakat. Artinya bukan hanya memperkenalkan lokasinya tetapi juga memperkenalkan metode, mekanisme produk syariah, dan struktur instrumen keuangan kepada masyarakat.
2. Faktor dari segi pelayanan, perbandingan pelayanan dari bank syariah dan Bank Konvensioanal, Bank konvensional sendiri sampai saat ini lebih dominan memiliki elektabilitas yang cukup tinggi karena memang pelayanan dan sistem pinjaman yang di anggap lebih efisien.

Menurut Ascarya, perkembangan perbankan syariah di indonesia dianggap bertahap dan berkesinambungan (*Gradual and Sustauable Principles*) yang sesuai dengan prinsip dasar syariah (*Comply to Sharia Principles*).Sedangkan pada Bank Konvensional faktor yang mempengaruhi ketidaksabilanya adalah suku bunga.

Bank Konvensional berdiri atas dasar adanya pemegang saham, investor, dana pihak ketiga (DPK) dan juga suplay dana dari bank indonesia. Itu yang membuat bank konvensional masih terjaga eksistensinya di dunia perbankan. Bank konvensional tidak memiliki Dewan Khusus Pemerhati aktifitas dalam bank. Sedangkan, bank syariah Selalu di awasi oleh Dewan Pengawas Syariah yang memiliki tugas untuk melihat bagaimana perkembangan dalam penghimpunan dana dan penyaluran dana menurut fatwa MUI. Walau pun begitu, bank syariah masih memiliki kendala dan kekurangan dalam mengimplementasikan sistem mereka ke masyarakat dibanding bank konvensional. Keberadaan bank konvensional yang telah lama sehingga masyarakat lebih memahami dan memilih sistem suku bunga dibandingkan sistem bagi hasil yang terbilang masih baru.

Seharusnya bagi masyarakat yang ingin memiliki usaha UMKM sebenarnya sangat terbantu karena adanya akad bagi hasil pada bank syariah, Bank syariah sendiri memiliki tingkat elektabilitas yang tinggi jika dilihat dari segi perkembangannya yang secara bertahap.

Dalam beberapa indikator dan juga beberapa hasil penelitian yang telah di sajikan, Perihal perkembangan yang demikian, menjadi perhatian tersendiri bagi peneliti untuk melakukan penelitian terkait minat penggunaan produk perbankan syariah di salah satu universitas islam negeri di Semarang yaitu di UIN Walisongo, yang mana mahasiswa ekonomi islam tersebut akan memberikan kontribusi yang besar terkait persepsi tentang bank syari'ah dan pengetahuan kemudahan penggunaan mahasiswa. sehingga mempermudah peneliti untuk melakukan penelitian. Karena dengan populasi mahasiswa Ekonomi syariah yang kurang lebihnya Memiliki pengetahuan terkait dengan teoritis praktek ilmu perbankan akan memberikan feedback yang cukup mempermudah untuk kelangsungan penelitian. Dalam Penggunaan produk di perbankan syari'ah ataupun konven tidaklah lepas dari minat pengambilan keputusan yang didorong oleh sebuah persepsi, pengetahuan dan faktor lainnya.

Dalam penelitian terdahulu oleh peneliti Wiwin Khasanah yang memiliki kesamaan dalam penelitian yang akan peneliti teliti, dengan judul "*Pengaruh Persepsi Mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah*" menunjukkan hasil bahwa pengaruh

persepsi memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap minat menabung di bank syariah. Penelitian lain oleh Dwi Ana Ratna Utami dengan judul “*Pengaruh Persepsi Masyarakat Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah*” menunjukkan hasil yang sama, bahwasanya pengaruh persepsi masyarakat terhadap minat memiliki pengaruh yang positif signifikan. Dari kedua penelitian tersebut menjadi acuan bagi peneliti untuk menggunakan Variabel Persepsi sebagai variabel X^1 peneliti, dan hingga kemudian peneliti akan meneliti kembali pengaruh variabel persepsi terhadap minat pada studi kasus mahasiswa UIN Walisong. Dimana sebuah persepsi itu sendiri adalah suatu proses mengetahui atau mengenali objek dengan bantuan indra, dan setiap individu atau kelompok memiliki kesempatan yang berbeda dalam menginterpretasikan pandangan sehingga menjadi persepsi yang berbeda-beda.

Dalam penelitian lain terkait dengan minat, Minat dapat dipengaruhi juga oleh variabel pengetahuan, hal ini sebagaimana dijelaskan menurut penelitian terdahulu oleh peneliti Azizah Khoirun Nisa dengan judul “*pengaruh pengetahuan, kepercayaan, dan kemudahan penggunaan E-banking terhadap minat ber transaksi ulang secara online dalam perspektif ekonomi islam*” menunjukkan hasil bahwa pengaruh pengetahuan

memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap minat dalam bertransaksi ulang secara online. Hal ini menjadi acuan bagi peneliti dalam meneliti pengaruh variabel pengetahuan terhadap minat.

Dalam penelitian lain di jelaskan oleh M. Aminudin dengan judul “*pengaruh pengetahuan santri, lokasi dan fasilitas perbankan syariah terhadap minat memilih produk bank syariah*”, bahwasanya hasil penelitian variabel pengetahuan berpengaruh negatif terhadap minat dalam menggunakan produk bank syariah. Kedua hasil penelitian terdahulu yang memiliki perbedaan hasil penelitian, menjadikan peneliti menjadi lebih tertarik untuk meneliti tentang adanya pengaruh variabel pengetahuan terhadap minat .

Dalam mekanisme Penelitian ini penelitian dilakukan oleh peneliti dengan menggunakan sampel mahasiswa FEBI UIN Walisongo angkatan 2016, yang mana mulai dari angkatan 2016 mahasiswa telah di fasilitasi oleh kampus berupa ATM BRIS yang dijadikan satu dengan kartu tanda mahasiswa (KTM) sesuai dengan SK pedoman akademik UIN Walisongo pasal 17, syarat melakukan registasi atau daftar ulang salah satunya membuka rekening bank yang ditunjuk untuk mendapatkan ATM yang berfungsi sekaligus sebagai KTM.

Dengan adanya fasilitas ATM BRIS seharusnya mahasiswa lebih mudah untuk melakukan transaksi seperti pembayaran semester, transfer, tabungan dan sebagainya. Namun kenyataannya mayoritas mahasiswa tidak menggunakan ATM tersebut. Ini menjadi salah satu bentuk nyata kurangnya kesadaran mahasiswa terhadap penggunaan produk bank syariah. Dari prariset yang peneliti lakukan kepada 25 mahasiswa, sebanyak 6 mahasiswa yang peneliti temui mereka telah menggunakan tabungan syariah dan telah memahami tentang produk dari perbankan syariah. Namun sisanya 19 mahasiswa belum menggunakan tabungan syariah. Rata-rata dari mahasiswa yang belum menggunakan tabungan syariah mereka sudah mengetahui tentang kehalalan produk perbankan syariah dan keharaman penggunaan bank konvensional karena riba. Alasan mereka belum menggunakan tabungan syariah karena ragu akan fasilitas pelayanan berupa ATM dan juga kantor pelayanan yang tidak tersebar sampai desa-desa mereka. Sehingga ketika berada di kampung halaman, mereka merasa kesulitan kemudian minat mereka menggunakan bank syariah menjadi kurang.

Dari pernyataan dan juga data sekaligus kegiatan prariset yang peneliti lakukan peneliti terdorong untuk meneliti dalam

bentuk penelitian skripsi dengan judul **“Pengaruh Product Knowledge dan Persepsi Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Mahasiswa Febi 2016”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah yang telah di uraikan di atas, dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah persepsi mahasiswa tentang perbankan syariah berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah?
2. Apakah pengetahuan produk mahasiswa tentang perbankan syariah berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah?
3. Apakah Persepsi tentang bank syari'ah dan Pengetahuan Produk mahasiswa tentang perbankan syariah berpengaruh secara simultan terhadap minat menabung di bank syariah?

1.3 Tujuan penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh persepsi mahasiswa tentang perbankan syariah terhadap minat menabung di bank syariah.
2. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan kemudahan mahasiswa tentang perbankan syariah terhadap minat menabung di bank syariah.
3. Untuk mengetahui pengaruh persepsi dan pengetahuan mahasiswa tentang perbankan syariah.

1.4 Manfaat Penelitian

Setelah penelitian ini selesai dilakukan, di harapkan akan memberikan manfaat bagi beberapa pihak, di antaranya adalah:

1. Sebagai sarana untuk menambah wawasan dan pengetahuan penulis tentang persepsi dan pengetahuan mahasiswa tentang perbankan syariah terhadap minat menabung di bank syariah. Disamping itu juga sebagai salah satu syarat untuk melengkapi tugas-tugas dan memenuhi syarat-syarat guna memperoleh gelar sarjana ekonomi.
2. Bagi mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang dengan di lakukanya penelitian ini dapat memperkuat kemauan

mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang untuk menabung di bank Syariah dan mengajak masyarakat luas.

3. Memberikan informasi tambahan serta pengetahuan yang di jadikan sebagai bahan pertimbangan untuk bahan rujukan penyusunan pengembangan perbankan syariah.
4. Bagi Uin Walisongo Semarang sebagai tambahan refrensi dan informasi untuk penelitian selanjutnya.

1.5 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisanya sebagai berikut:

Bab I : Pendahuluan.

Dalam hal ini meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

Bab II : Landasan Teori dan Kerangka Pemikiran Teoritis.

Dalam bab ini di uraikan tentanng teori Persepsi, teori Pengetahuan, teori Minat, Kerangka teoritis, Hipotesis, Penelitian terdahulu.

Bab III : Metode Penelitian.

Dalam bab ini berisikan jenis dan sumber data, populasi dan sampel, penentuan jumlah sampel, teknik pengenalan data, definisi operasional variabel, serta metode analisis data.

Bab IV : hasil penelitian dan pembahasan

Dalam bab ini membahas tentang gambaran umum Lembaga dan karakteristik responden, deskripsi data penelitian, uji validitas, dan reliabilitas, instrumen, uji asumsi klasik, analisis data, pembahasan dan implikasi penelitian.

Bab V : Penutup

Merupakan bagian akhir dari skripsi ini, berisi kesimpulan, saran dan penutup

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Perbankan Syariah

2.1.1 Sejarah Perbankan Syariah

Sejak awal, era modern keuangan Islam telah berkembang menjadi lembaga keuangan yang beretika. Perkembangan perbankan syariah pada masa reformasi seiring disetujuinya Undang-Undang (UU) No.10 tahun 1998. Undang-undang tersebut memberikan rincian tentang dasar hukum dan jenis kegiatan di mana Bank Syariah Indonesia dapat beroperasi. Undang-undang tersebut yang pertama mengubah bank yang sudah ada menjadi pilihan untuk membuka cabang, yang kemudian dikenal dengan Unit Usaha Syariah (UUS), atau mengubahnya menjadi bank syariah. Sejak diberlakukannya peraturan ini, pertumbuhan bank syariah di Indonesia terus tumbuh pesat dalam beberapa tahun terakhir, baik melalui pembentukan BUS maupun pembentukan UUS pada bank umum konvensional (BUK).¹

¹ Bambang Rianto Rustam, *Manajemen Risiko Perbankan Syariah di Indonesia*, Jakarta: Salemba Empat, 2013, hal.21.

Menurut pasal 1 angka 13 UU No. 10 Tahun 1998 tentang perbankan, istilah prinsip syariah diartikan sebagai aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam antara bank dengan pihak lain untuk penyimpanan atau pembiayaan kegiatan usaha atau kegiatan lainnya sesuai dengan prinsip syariah, antara lain pembiayaan berdasarkan prinsip bagi hasil (*mudharabah*), pembiayaan berdasarkan prinsip penyertaan modal (*musyarakah*), prinsip jual beli barang dengan memperoleh keuntungan (*murabahah*), dan lain sebagainya.²

2.1.2 Pengertian Perbankan

Menurut Undang Undang RI Nomor 10 Tahun 1998 tanggal 10 November 1998 tentang Perbankan, yang dimaksud dengan Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.³ Sedangkan perbankan adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank, mencakup

² Burhanuddin Susanto, *Hukum Perbankan Syariah di Indonesia*, Yogyakarta: UII Pres, 2008, hal.33-34

³ Dr.Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2012, hal.24

kelembagaan, kegiatan usaha serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya.

Menurut O.P Simorangkir pengertian bank adalah salah satu badan usaha lembaga keuangan yang bertujuan memberikan kredit dan jasa-jasa. Adapun pemberian kredit itu dilakukan baik dengan modal sendiri atau dana-dana yang dipercayakan oleh pihak ketiga, maupun dengan jalan memperedarkan alat-alat pembayaran baru berupa uang giral.

Sedangkan, sentosa sembiring dalam bukunya yang berjudul *Hukum Perbankan* memberikan definisi: Bank adalah suatu badan usaha yang berbadan hukum yang bergerak di bidang jasa keuangan. Bank sebagai badan hukum berarti secara yuridis adalah merupakan subyek hukum yang berarti dapat mengikatkan diri dengan pihak ketiga. Dengan demikian, hukum perbankan dapat dirumuskan adalah serangkaian kaidah-kaidah yang mengatur tentang badan usaha perbankan. Kaidah-kaidah yang dimaksud di sini adalah baik yang terdapat

Secara umum, bank adalah lembaga yang melaksanakan tiga fungsi utama, yaitu menerima simpanan

uang, meminjamkan uang, dan memberikan jasa pengiriman uang.⁴

2.1.3 Pengertian Bank Syariah

Bank syariah adalah bank umum yang melaksanakan usaha berdasarkan prinsip-prinsip syariah sesuai dengan peraturan Bank Indonesia (PBI) No. 6/24/PBI/2004 yang diterbitkan pada tanggal 14 Oktober 2004. Sebelum PBI tahun 2004 diterbitkan, pemerintah RI menetapkan bank syariah berdasarkan surat edaran Bank Indonesia No. 32/2/UPPB tertanggal 12 Mei 1999 dan surat keputusan direksi Bank Indonesia No.32/34/KEP/DIR tertanggal 12 Mei 1999. Bentuk hukum bank syariah dapat berupa Perseroan Terbatas (PT), Koperasi dan Perusahaan Daerah (PD).⁵

Definisi bank dan perbankan disebutkan pasal 1 Undang- Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang perbankan. “Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.” Sedangkan “Perbankan adalah segala sesuatu yang

⁴ Karim Adimarwan A, *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada,2010, hal.18

⁵ Hendro Tri, Conny Tjandra Raharja, *Bank dan Institusi Keuangan Non Bank di Indonesia*, Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2014, hal.180

menyangkut tentang bank, mencangkup kelembagaan, kegiatan usaha serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya.”

Menurut OP Simorangkir pengertian bank adalah sebagai berikut: “salah satu badan usaha lembaga keuangan yang bertujuan memberikan kredit dan jasa-jasa. Adapun pemberian kredit itu dilakukan baik dengan modal sendiri atau dana0dana yang dipercayakan oleh piha ketiga, maupun dengan jalan memeperedarkan alat-alat pembayaran baru berupa uang giral”.

Sedangkan Sentosa Sembiring dalam bukunya yang berjudul *Hukum Perbankan* memberikan definisi bank sebagai berikut: “Bank adalah suatu badan usaha yang berbadan hukum yang bergerak dibidang jasa keuangan. Bank sebagai badan hukum berarti secara yuridis adalah merupakan subyek hukum yang berarti dapat meningkatkan diri dengan pihak ketiga. Dengan demikian, hukum perbankan dapat dirumuskan adalah serangkaian kaidah-kaidah yang mengatur tentang badan usaha perbankan. Kaidah-kaidah yang dimaksud disini adalah baik yang terdapat dalam hukum positif maupun dalam praktek perbankan.”

Bank adalah bagian dari sistem keuangan dan sistem pembayaran suatu negara. Bahkan pada era globalisasi sekarang ini, bank juga telah menjadi bagian dari sistem keuangan dan sistem pembayaran dunia.

Bank Berdasarkan prinsi Syariah (BPS) adalah Bank Umum Syariah (BUS) atau Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah islam atau, dengan kata lain, yaitu bank yang tatacara beroprasinya mengacu kepada ketentuan-ketentuan Islam (Al-qur'an dan Hadis). Dalam tatacara tersebut, dijauhi praktek-praktek yang dikhawatirkan mengandung unsur-unsur riba untuk diisi dengan kegiatan-kegiatan investasi atas dasar bagi hasil dari pembiayaan perdagangan.⁶

2.1.4 Perbedaan Bank Syariah dan Bank Konvensional

Dalam berbagai hal, bank konvensional dan bank syariah memiliki persamaan, terutama dalam sisi teknis penerimaan uang, mekanisme transfer, teknologi komputer dan lain sebagainya. Akan tetapi juga terdapat banyak perbedaan mendasar diantara keduanya. Secara umum

⁶ Muhamad Sadi, *Konsep Hukum Perbankan Syariah*, Malang: Setara Press, 2015, hal.37

perbedaan antara bank syariah dan bank konvensional adalah sebagai berikut:

Tabel 2.1

Perbedaan Bank Syariah dan Bank Konvensional

Unsur	Bank Syari'ah	Bank Konvensional
Akad & Aspek legalitas	Hukum Islam dan Hukum Positif	Hukum positif
Lembaga Penyelesaian Sengketa	Badan Arbitrase Muamalat Indonesia (BAMUI), (Basyarnas)	Badan Arbitrase Muamalat Indonesia
Struktur Organisasi	Ada Dewan Syari'ah Nasional (DSN) dan Dewan Pengawas Syari'ah (DPS)	Tidak ada DSN dan DPS
Investasi	Halal	Halal dan Haram
Prinsip Organisasi	Bagi hasil, jual beli, sewa	Perangkat Bunga

Tujuan	<i>Profit dan falah oriented</i>	<i>Profit oriented</i>
Hubungan Nasabah	Kemitraan	Debitur – Kreditur

Adapun perbedaan dari segi bunga dan bagi hasil dapat dijabarkan sebagai berikut:

Tabel 2.2

Perbedaan Bunga dan Bagi Hasil

No	Bunga	Bagi Hasil
1	Penentuan bunga di buat pada waktu akad dengan asumsi harus selalu untung	Penentuan besarnya rasio atau nisbah bagi hasil dibuat pada waktu akad dengan berpedoman pada kemungkinan untung rugi
2	Besarnya presentase berdasarkan jumlah uang dan modal yang di pinjamkan	Besarnya rasio bagi hasil berdasarkan pada jumlah keuntungan yang diperoleh

3	Pembayaran bunga tetap seperti yang dijanjikan tanpa pertimbangan apakah proyek yang dijalankan oleh pihak nasabah untung atau rugi	Bagi hasil bergantung pada keuntungan proyek yang dijalankan, bila usaha merugi, kerugian akan ditanggung oleh kedua belah pihak
4	Jumlah pembayaran bunga tidak meningkat sekalipun jumlah keuntungan berlipat atau keadaan ekonomi sedang <i>booming</i>	Jumlah pembagian laba meningkat sesuai peningkatan jumlah pendapatan
5	Eksistensi bunga diragukan (kalau tidak dikecam), oleh semua agama termasuk islam	Tidak ada yang meragukan keabsahan bagi hasil. ⁷

2.1.5 Asas Perbankan Syariah

Asas-asas hukum perbankan syariah diatur dalam pasal 2 Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang

⁷ Lasmiatun, *Perbankan Syariah*, Semarang: LPSDM.RA KARTINI, 2010 hal.9-10

Perbankan Syariah, dimana disebutkan bahwa perbankan syariah dalam melaksanakan kegiatan usahanya berasaskan prinsip syariah, demokrasi ekonomi. Dan prinsip kehati-hatian.

Kegiatan usaha perbankan syariah sebagaimana yang terdapat pada penjelasan pasal2-nya, bahwa kegiatan usaha perbankan syariah berdasarkan prinsip syariah, antara lain adalah kegiatan usaha yang tidak mengandung unsur:

- a. *Riba*, yaitu penambahan pendapatan secara tidak sah (*batil*) antara lain dalam transaksi pertukaran barang sejenis yang tidak sama kualitas, kuantitas, dan waktu penyerahan (*fadhl*), atau dalam transaksi pinjam meminjam yang mempersyaratkan nasabah menerima fasilitas mengembalikan dana yang diterima melebihi pokok pinjaman karena berjalanya waktu (*nasi'ah*).

Terdapat beberapa ayat suci al-qur'an yang menerangkan tentang riba. Salah satu ayat yang menerangkan tentang riba adalah surat Ali 'imran ayat 130 yang berbunyi :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا
مُضَاعَفَةً ۖ وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapat keberuntungan.”.(QS.Ali ‘imran:130)

Tafsir: Wahai orang-orang yang beriman kepada Allah dan mengikuti Rasul-Nya, hindarilah mengambil riba sebagai tambahan yang berlipat ganda atas modal yang kalian pinjamkan, seperti yang dilakukan oleh orang-orang jahiliyah. Dan takutlah kalian kepada Allah dengan cara menjalankan perintah-perintah-Nya dan menjauhi larangan-larangan-Nya, agar kalian mendapatkan kebaikan dunia dan akhirat yang kalian inginkan.⁸

- b. *Maisir*, yaitu transaksi yang digantungkan kepada suatu keadaan yang tidak pasti dan bersifat untung-untungan.

Perjudian dalam Islam adalah perbuatan yang dilarang, karena mudharat yang diakibatkan dari melakukan perbuatan itu jauh lebih besar dari pada

⁸ <https://tafsirweb.com/1262-quran-surat-ali-imran-ayat-130.html>

manfaatnya, sebagaimana dijelaskan dalam al-Qur'an sebagai berikut:

يَسْأَلُونَكَ عَنِ الْخَمْرِ وَالْمَيْسِرِ قُلْ فِيهِمَا إِثْمٌ كَبِيرٌ وَمَنَافِعُ
لِلنَّاسِ وَإِثْمُهُمَا أَكْبَرُ مِنْ نَّفْعِهِمَا وَيَسْأَلُونَكَ مَاذَا يُنْفِقُونَ قُلْ
الْعَفْوُ كَذَلِكَ يُبَيِّنُ اللَّهُ لَكُمْ الْآيَاتِ لَعَلَّكُمْ تَتَفَكَّرُونَ

Artinya: "Mereka bertanya kepadamu tentang khamar dan judi. Katakanlah: "Pada keduanya terdapat dosa yang besar dan beberapa manfaat bagi manusia, tetapi dosa keduanya lebih besar dari manfaatnya". Dan mereka bertanya kepadamu apa yang mereka nafkahkan. Katakanlah: "Yang lebih dari keperluan". Demikianlah Allah menerangkan ayat-ayat-Nya kepadamu supaya kamu berfikir." (QS.Al-Baqarah:219)

Tafsir: Kaum muslimin bertanya kepadamu (wahai nabi), hukum memanfaatkan khamr (minuman keras) untuk dikonsumsi dan diperjualbelikan. Dan khamr adalah semua apa saja yang memabukkan lagi menghilangkan dan menutup akal, baik berupa minuman ataupun makanan, dan mereka bertanya kepadamu tentang hukum berjudi,(yaitu mengambil harta atau

menyerahkannya dengan dasar perjudian, dan ini satu jenis permainan adu kemenangan yang di dalamnya terdapat bentuk taruhan dari kedua belah pihak). katakanlah kepada mereka,"pada keduanya terdapat banyak kerusakan yang ditimbulkannya terhadap agama, dunia, akal, dan harta, dan pada keduanya terdapat beberapa manfaat bagi manusia dari sisi perolehan harta dan lainnya, namun dosa akibat keduanya lebih besar daripada aspek pemanfaatannya.karena bisa menghalangi dari dzikir kepada Allah dan dari mengerjakan sholat, dan bisa menyebabkan terjadinya permusuhan dan kebencian diantara manusia, dan bisa menghabiskan harta". Dan ayat ini adalah merupakan pendahuluan untuk mengharamkan keduanya. Dan Mereka bertanya kepadamu tentang ukuran dari harta mereka yang mereka infakkan sebagai sumbangan dan sedekah. katakanlah kepada mereka," infakkanlah sebesar ukuran yang telah berlebih dari kebutuhan kalian." Dengan penjelasan yang gamblang seperti inilah Allah menerangkan kepada kalian ayat-ayat dan hukum-hukum syariat Nya Agar kalian berpikir tentang apa yang akan bermanfaat bagi kalian di dunia dan akhirat.⁹

⁹ <https://tafsirweb.com/851-quran-surat-al-baqarah-ayat-219.html>

- c. *Gharar*, yaitu transaksi yang objeknya tidak jelas, tidak dimiliki, tidak diketahui keberadaannya, atau tidak dapat diserahkan pada saat transaksi dilakukan kecuali diatur lain dalam syariah.

Larangan jual beli *gharar* didasarkan pada ayat-ayat al-Qur'an yang melarang memakan harta orang lain dengan cara batil, sebagaimana firman Allah dalam surat Surat Al-Baqarah ayat : 188

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتُدْنُوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ
لِيَأْكُلُوا فَرِيقًا مِّنْ أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْإِثْمِ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ

Artinya: "Dan janganlah sebahagian kamu memakan harta sebahagian yang lain di antara kamu dengan jalan yang bathil dan (janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu kepada hakim, supaya kamu dapat memakan sebahagian daripada harta benda orang lain itu dengan (jalan berbuat) dosa, padahal kamu Mengetahui." (QS. Al-Baqarah : 188)

Tafsir: (Dan janganlah kamu memakan harta sesama kamu), artinya janganlah sebagian kamu memakan harta sebagian yang lain (dengan jalan yang batil), maksudnya jalan yang haram menurut syariat, misalnya dengan

mencuri, mengintimidasi dan lain-lain (Dan) janganlah (kamu bawa) atau ajukan (ia) artinya urusan harta ini ke pengadilan dengan menyertakan uang suap (kepada hakim-hakim, agar kamu dapat memakan) dengan jalan tuntutan di pengadilan itu (sebagian) atau sejumlah (harta manusia) yang bercampur (dengan dosa, padahal kamu mengetahui) bahwa kamu berbuat kekeliruan.¹⁰

- d. *Haram*, yaitu transaksi yang objeknya dilarang dalam syariah.

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

Artinya: padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba.” (QS. AL-Baqarah : 275)

Tafsir: Maka Allah mendustakan mereka dan menjelaskan bahwa Dia menghalalkan jual beli dan mengharamkan transaksi ribawi, karena dalam jual beli terdapat manfaat bagi orang-orang secara individual dan masyarakat, dan karena dalam praktek riba terkandung

¹⁰ <https://tafsirweb.com/1262-quran-surat-al-baqarah-ayat-188.html>

unsur pemanfaatan kesempatan dalam kesempatan, hilangnya harta dan kehancuran.¹¹

- e. *Dzalim*, yaitu transaksi yang menimbulkan ketidakadilan bagi pihak lain.

Untuk menegaskan perintah adil dan pengharaman kezaliman Allah, pertama adalah Allah mengharamkannya atas diri-Nya, kemudian Allah menjadikannya terlarang di antara para makhluk-Nya, sebagaimana tertuang dalam hadits qudsi yang berbunyi,

أَنَّ اللَّهَ تَبَارَكَ وَتَعَالَى قَالَ يَا عِبَادِي إِنَّي حَرَّمْتُ
الظُّلْمَ عَلَى نَفْسِي وَجَعَلْتُهُ بَيْنَكُمْ مُحَرَّمًا فَلَا تَظَالَمُوا

Artinya: “Sungguh, Allah telah berfirman, ‘Wahai hamba-Ku, sungguh aku telah mengharamkan kezaliman atas diri-Ku dan menjadikannya terlarang di antara kalian, maka janganlah saling menzalimi!’” (Hr. Muslim)

Sedangkan yang dimaksud dengan demokrasi ekonomi adalah kegiatan ekonomi syariah yang

¹¹ <https://tafsirweb.com/1041-quran-surat-al-baqarah-ayat-275.html>

mengandung nilai keadilan, kebersamaan, pemerataan, dan kemanfaatan. Sedangkan yang dimaksud dengan prinsip kehati-hatian pada penjelasan Pasal 2 Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah adalah berpedoman pengelolaan bank yang wajib dianut guna mewujudkan perbankan yang sehat, kuat, dan efisien sesuai dengan ketentuan perundang-undangan. Prinsip-prinsip kehati-hatian ini di atur dalam pasal 35-37 Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah.¹²

2.1.6 Prinsip-prinsip Bank Syariah

Adapun prinsip-prinsip yang berlaku untuk masing-masing kegiatan perbankan adalah sebagai berikut:

a. Prinsip titipan (*Depository*) atau *al-Wadi'ah*

Dalam fiqih islam, prinsip titipan atau simpanan dikenal dengan prinsip Al-Wadi'ah, yaitu titipan murni dari satu pihak ke pihak lain, baik individu maupun badan hukum, yang harus dijaga dan dikembalikan kapan saja si penitip menghendaki. Dengan konsep *al-wadi'ah yad adh-dhamanah*, pihak yang menerima

¹² Muhamad Sadi, *Konsep hukum Perbankan Syariah*, Malang: Setara Press, 2015, hal.40

titipan boleh menggunakan dan memanfaatkan uang atau barang yang dititipkan. Pihak bank dalam hal ini mendapatkan bagi hasil dari penggunaan uang dan bank dapat memberikan insetif kepada penitip dalam bentuk bonus.

b. Prinsip Bagi Hasil (*profit-Sharing*) atau *Al-Musyarakah*

Al-Musyarakah adalah akad kerja sama antara dua pihak atau lebih untuk suatu usaha tertentu, yang didalamnya masing-masing pihak memberikan kontribusi dana (atau amal/*ekspertise*) dengan kesepakatan bahwa keuntungan dan resiko akan di tanggung bersama sesuai dengan kesepakatan.¹³

c. Prinsip Jual Beli (*Sale and Purchase*) atau *At-Tijarah*

Prinsip ini merupakan konsep penerapan prosedur bisnis dimana bank terlebih dahulu membeli barang yang diperlukan atau menunjuk nasabah sebagai agen bank pada saat membeli barang atas nama bank. Bank menjual produk kepada nasabah sebesar harga beli ditambah keuntungan (margin). Implikasinya dapat berupa: *murabahah, salam, dan istisna*.¹⁴

¹³ Sawaldjo Puspoproanoto, *Keuangan Perbankan dan Pasar Keuangan*, Jakarta: Pustaka LP3ES Indonesia, 2004 hal.110

¹⁴ Muhammad, *Dasar-Dasar Manajemen Bank Syariah*, Yogyakarta: UII Press, 2006

d. Sewa (*Operasional lease dan Financial Lease*) *Al-Ijarah*

Al-ijarah (operasional lease) adalah akad pemindahan hak guna atas barang dan jasa melalui pembayaran upah sewa tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan (*milkiyyah*) atas barang itu sendiri. Sedangkan *al-ijarah al-muntahina bit-tamlik* (*financial lease*) adalah sejenis perpaduan antara kontrak jual-beli dan sewa atau akad sewa yang diakhiri dengan kepemilikan barang ditangan si penyewa.

15

e. Jasa (*Fee-based Service*)

Prinsip ini meliputi seluruh layanan non pembiayaan yang diberikan bank. Bentuk produk yang berdasarkan prinsip ini antara lain: bank garansi, kliring, inkaso, jasa, transfer dan lain-lain.¹⁶

¹⁵ Sawaldjo Puspoprano, *Keuangan Perbankan dan Pasar Keuangan*, Jakarta: Pustaka LP3ES Indonesia, 2004 hal.112

¹⁶ Muhammad, *Dasar-Dasar Manajemen Bank Syariah*, Yogyakarta: UII Press, 2006

2.2 Persepsi

2.2.1 Pengertian Persepsi

Persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa atau hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi melalui penginderaan dengan suatu stimulus yang diterima oleh individu. Persepsi sebagai suatu proses yang mana individu-individu mengorganisasikan dan menafsirkan kesan-kesan indera mereka. Sehingga memberikan sebuah respon untuk di interpretasikan.¹⁷

Dengan kata lain persepsi adalah proses yang menyangkut masuknya pesan atau informasi didalam otak manusia. Persepsi merupakan keadaan integrated dari individu terhadap stimulus yang diterimanya. Apa yang ada dalam diri individu, pikiran, perasaan, pengalaman-pengalaman individu akan ikut aktif berpengaruh dalam proses persepsi.¹⁸

Beberapa pengertian persepsi menurut para tokoh diantaranya:

¹⁷ Jalaludin Rakhmad, *Psikologi Komunikasi*, Bandung: Remaja Rosdakarya, hal. 51

¹⁸ Makmun Khairani, *Psikologi Umum*, Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2016, hal.62

1. Pengertian persepsi menurut Jalaluddin Rakhmad adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Menurut beliau persepsi diartikan pula untuk memberikan makna pada stimulus inderawi (sensory stimuli).¹⁹
2. Menurut Stephen P. Robbins persepsi adalah suatu proses dimana individu mengorganisasikan dan menginterpretasikan kesan sensori mereka untuk memberi arti pada lingkungan mereka.²⁰
3. Menurut Bimo Walgito persepsi adalah proses pengorganisasian, penginterpretasian terhadap stimulus yang diinderanya sehingga merupakan sesuatu yang berarti dan merupakan respon yang *intergrated* dalam diri individu.²¹

Persepsi sering di artikan pula sebagai suatu yang di mulai dari diterimanya suatu rangsangan (penginderaan=*sensation*) yang meliputi objek, kualitas,

¹⁹ Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 199, hal.50

²⁰ Stephen P. Robbins, *Prinsip-Prinsip Perilaku Organisasi*, hal.46

²¹ Bimo Walgito, *Pengantar Psikologi Umum*, hal.88

hubungan antar gejala, maupun peristiwa, interpretasi terhadap rangsangan-rangsangan tersebut sampai rangsangan itu di sadari dan dimengerti.²²

Menurut Schermerhorn, Hunt, Osborn (2005 : 100) *Perception the process by which people select, organize, interpret, retrieve and respond to information from the world around them.* Persepsi adalah proses dimana orang-orang memilih, mengorganisir, menginterpretasikan, mendapat kembali dan merespon terhadap informasi dari dunia di sekitarnya. Dengan kata lain persepsi berkaitan dengan bagaimana seseorang dapat menginterpretasikan dan merespon informasi yang berasal dari luar.²³

Dalam jurnal penelitian Yuniarti (2015) persepsi adalah sebuah proses mengorganisasikan dan memaknakan kesan-kesan indra untuk memberikan arti terhadap lingkungannya. Seseorang mempersiapkan sesuatu dapat berbeda dengan kenyataan yang objektif. Sedangkan menurut Sunyoto (2014) persepsi adalah sebagai proses

²² Hamidah Siti dan Desi Anita, “Analisis Persepsi Citra Merek, Desain, Fitur dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Produk handphone Samsung Berbasis Android”, JURNAL EKONOMI, VOL.21, NO.4, DES 2013

²³ Simbolon Maropen, “persepsi dan kepribadian” JURNAL EKONOMI dan BISNIS, VOLUME 2, NÖMER 1, MARET 2008

dimana seseorang memilih, mengorganisasikan dan mengartikan masukan informasi untuk menciptakan suatu gambaran yang berarti di dunia ini. Persepsi dapat melibatkan penafsiran seseorang atas atau kejadian berdasarkan pengalaman masa lalunya. Sedangkan menurut Rakhmat (2010) bahwa persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan.²⁴

Dari pengertian tersebut, maka peneliti dapat memahami bahwa persepsi merupakan suatu pengamatan individu atau proses pemberian makna sebagai hasil pengamatan tentang suatu objek peristiwa dengan melalui panca indera yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan untuk menciptakan keseluruhan gambaran yang berarti.

2.2.2 Proses persepsi (The Perceptual Process)

Proses persepsi dimana kita memutuskan informasi mana yang perlu di kumpulkan dan bagaimana memahaminya. Menurut Gibson (1998) menguraikan proses

²⁴ Imron dan Bambang Hendrawan, “Pengaruh Persepsi Masyarakat Batam Tentang Bnak Syariah Terhadap Minat Menggunakan Produk Syariah” *Journal of Business Administration Volume 1, Nomor 2, September 2017*

persepsi seseorang diawali dengan adanya pengaruh realita organisasi kerja berupa stimulasi seperti sistem imbalan organisasi, alur kerja dan lainnya yang kemudian akan diproses menjadi persepsi individu melalui tahap observasi terhadap stimuli yang diterima oleh indera. Dengan memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi seperti: stereotip, selektivitas dan konsep diri, maka berikutnya adalah proses evaluasi dan menerjemahkan kenyataan. Proses persepsi terdiri dari seleksi, organisasi, dan interpretasi terhadap stimulus. Hasil dari proses persepsi seseorang akan menghasilkan perilaku yang responsif dan bentuk sikap.²⁵ Persepsi kita dibentuk oleh:

1. Karakteristik dari stimuli
2. Hubungan stimuli dengan sekelilingnya
3. Kondisi-kondisi didalam diri kita sendiri²⁶

²⁵ Simbolon Maropen, “*persepsi dan kepribadian*” JURNAL EKONOMI dan BISNIS, VOLUME 2, NOMER 1, MARET 2008

²⁶ Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Peneletian*, Yogyakarta: Andi, 2013, hal.64

2.2.3 Faktor-faktor yang memengaruhi persepsi

Menurut Yuaniarti, faktor yang mempengaruhi persepsi adalah visi dan tujuan yang diterima, dan situasi yang dirasakan menjadi visual. Respon yang terjadi terhadap suatu stimulus dipengaruhi oleh karakteristik individu yang melihatnya. Karakteristik yang dapat mempengaruhi persepsi antara lain:²⁷

1. sikap, yaitu mempengaruhi positif atau negatifnya tanggapan yang akan diberikan seseorang.
2. Motivasi, yaitu hal yang mendorong seseorang mendasari sikap tindakan yang di lakukannya.
3. Minat, yaitu faktor lain yang membedakan penilaian seseorang terhadap suatu hal atau objek tertentu. Yang mendasari kesukaan ataupun ketidaksukaan terhadap objek tersebut.
4. Pengalaman masa lalu, yaitu dapat mempengaruhi persepsi seseorang karena akan menarik kesimpulan yang sama dengan pernah dilihat dan di dengar.

²⁷ Imron dan Bambang Hendrawan, “Pengaruh Persepsi Masyarakat Batam Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menggunakan Produk Syariah” *Journal of Business Administration Volume 1, Nomor 2, September 2017*

5. Harapan, yaitu memengaruhi persepsi seseorang dalam membuat keputusan, akan cenderung menolak gagasan, ajakan atau tawaran yang tidak sesuai dengan yang kita harapkan.
6. Sasaran, yaitu memengaruhi penglihatan yang akhirnya akan mempengaruhi persepsi.
7. Situasi atau keadaan sekitar kita atau sekitar sasaran yang turut mempengaruhi persepsi. Sasaran atau benda yang sama yang kita lihat dalam situasi yang berbeda akan menghasilkan persepsi yang berbeda pula.

2.2.4 Aspek-Aspek Persepsi

Terdapat beberapa aspek persepsi antara lain sebagai berikut:²⁸

1. komponen kognitif (komponen perseptual)

komponen kognitif, yaitu komponen yang berhubungan dengan pengetahuan, pendapat, dan keyakinan, terutama tentang bagaimana orang mempersepsikan objek sikap. Komponen ini

²⁸ Siti Mahmudah, *Psikologi Sosial Teori Dan Model Penelitian*, Malang: UIN Maliki press 2011, hal.24

berkaitan dengan gejala mental dalam hal sikap, proses, pengalaman, keyakinan, dan harapan pribadi objek sikap.

2. komponen afektif (komponen emosional)

komponen afektif yaitu komponen ini berkaitan dengan rasa senang atau tidak senang terhadap objek sikap. Kebahagiaan itu positif dan ketidakpuasan itu negatif. Komponen ini menunjuk ke arah sikap positif dan negatif.

3. Komponen konatif (*action component*)

Komponen konatif adalah komponen yang berhubungan dengan kecenderungan untuk bertindak pada objek pose. Faktor ini menunjukkan kekuatan sikap dan derajat kecenderungan orang tersebut terhadap objek sikap.

Persepsi adalah sebuah proses dari hasil informasi melalui alat pengindraan yang kemudian di seleksi di organisasi dan di interprestasikan dari informasi yang di terima sehingga menjadi sesuatu output pemikiran yang memiliki arti.

Kehadiran persepsi dalam penerimaan suatu hal baru memiliki pengaruh yang besar terhadap minat seseorang terkait menggunakan atau tidak menggunakan hal baru tersebut.²⁹

2.2.5 Komponen Utama Persepsi

Menurut Sobur dalam proses persepsi terdapat tiga komponen utama yang terdiri dari:

1. Seleksi

Seleksi adalah pengenalan rasa terhadap rangsangan atau rangsangan lainnya. Kekuatan dan jenisnya mungkin sedikit berbeda.

2. Interpretasi

Interpretasi adalah proses pengorganisasian informasi untuk memahaminya.

3. Pembulatan

Pembulatan yaitu penarikan kesimpulan dan tanggapan terhadap informasi yang di terima.

²⁹ Ciga Bawa Laksana dkk, *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Resiko dan Persepsi Kesesuaian Terhadap Minat Menggunakan Mobil Banking*, Jurnal Administrasi Bisnis, VOL.26, No. 2 Sep 2015

2.2.6 Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi

Beberapa faktor yang mempengaruhi persepsi menurut Gaspersz (1997:35) adalah sebagai berikut:

1. Pengalaman masa lalu dapat mempengaruhi seseorang. Karena orang sering sampai pada kesimpulan yang sama yang mereka rasakan, dengar, dan lihat.
2. Keinginan dapat mempengaruhi persepsi kita tentang pengambilan keputusan.
3. Pengalaman datang dari teman, di mana mereka berbicara tentang pengalaman mereka.

Persepsi Kemanfaatan (*Perceived Usefulness*)

Persepsi kemanfaatan dapat diartikan sebagai kepercayaan seseorang akan manfaat yang timbul akibat menggunakan suatu teknologi.

Persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived Ease Of Use*)

Persepsi kemudahan penggunaan merupakan sejauh mana seseorang percaya bahwa dalam menggunakan suatu teknologi tidak memerlukan usaha yang besar, artinya mudah untuk digunakan.

Persepsi Resiko (*Perceived Risk*)

Persepsi resiko dapat diartikan sebagai persepsi atau pandangan subyektif seseorang akan ketidakpastian dan konsekuensi negatif dalam melakukan suatu kegiatan.

Persepsi Kesesuaian (*Perceived Compatibility*)

Persepsi kesesuaian merupakan kecocokan dan kekonsistenan suatu inovasi produk akan ide-ide, nilai, kepercayaan, pengalaman masa lalu dan kebutuhan saat ini..

2.3 Pengetahuan

2.3.1 Pengertian Pengetahuan

Pengetahuan (*Knowledge*) adalah informasi yang diberikan kepada seseorang subjek mengenai kebenaran atau ketepatan reaksinya.³⁰

Pengetahuan didefinisikan sebagai segala sesuatu yang di ketahui, atau segala sesuatu yang diketahui berkenaan dengan sesuatu hal.³¹ Menurut Kotler, pengetahuan adalah suatu perubahan dalam perilaku suatu individu yang berasal

³⁰ Andrian Sutedi, *Pasar Modal Syariah*, Jakarta: Sinar Grafika, 2011, hal. 121

³¹ Kamus Besar Bahasa Indonesia

dari pengalaman.³² Dalam kata latin pengetahuan (*scientia*) dan bahasa inggris (*science*) berarti ilmu. Kata *scientia* berasal dari bentuk kata kerja “scire” yang artinya mempelajari, mengetahui. Jadi pengetahuan adalah semua yang diketahui. Namun pengetahuan dapat diartikan sebagai informasi yang disaring dan dimaknai. Selain itu pengetahuan ialah tingkat kemampuan yang hanya meminta untuk mengenal atau mengetahui adanya konsep, fakta, atau istilah-istilah. Pengetahuan jga dapat dikatakan sebagai kemampuan seseorang untuk mengingat atau menganali kembali tentang nama, istilah, ide, gejala, rumus-rumus, dan sebagainya mencakup ingatan akan hal-hal yang pernah dipelajari dan disimpan dalam ingatan yang meliputi fakta, kaidah, prinsip, serta metode yang diketahui.

Di jelaskan menurut Notoatmodjo, Pengetahuan seseorang terhadap objek mempunyai intensitas atau tingkat yang berbeda beda. Secara garis besarnya, dibagi dalam 6 tingkatan, yaitu:

a. Tahu (*know*)

Sebelumnya setelah mengamati sesuatu.

Untuk mengetahui atau mengukur bahwa orang

³² Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Bahasa Indonesia, jilid 2, Jakarta: Prenhalindo, 2000, hal.401

tahu sesuatu dapat menggunakan pertanyaan pertanyaan.

b. Memahami (*comprehension*)

Memahami suatu objek bukan sekadar tahu terhadap objek tersebut, tidak sekadar dapat menyebutkan, tetapi orang tersebut harus dapat menginterpretasikan secara benar tentang objek yang diketahui tersebut.

c. Aplikasi (*application*)

Aplikasi diartikan apabila orang yang telah memahami objek yang dimaksud dapat menggunakan atau mengaplikasikan prinsip yang diketahui tersebut pada situasi yang lain.

d. Analisa (*analysis*)

Analisis adalah kemampuan seseorang untuk menjabarkan dan/atau memisahkan, kemudian mencari hubungan antara komponen komponen yang terdapat dalam suatu masalah atau objek yang diketahui.

e. Sintesis (*synthesis*)

Sintesis menunjukkan suatu kemampuan seseorang untuk merangkum atau meletakkan

dalam satu hubungan yang logis dari komponen komponen pengetahuan yang dimiliki.

f. Evaluasi (*evaluation*)

Evaluasi berkaitan dengan kemampuan seseorang untuk melakukan justifikasi atau penilaian terhadap suatu objek tertentu.³³

2.3.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi pengetahuan

Adapun beberapa faktor yang mempengaruhi pengetahuan nasabah menurut Alba dan Huchinson di dalam penelitian Roslina yaitu:

- a. *Subjective knowledge*, yaitu menilai produk/layanan dengan berdasarkan pengetahuan sendiri.
- b. *Objective knowledge*, yaitu pengetahuan yang tersimpan dalam memori konsumen atau disebut juga sebagai pengetahuan akrual.
- c. *Experience-based*, yaitu pengetahuan berdasarkan pengalaman sebelumnya yang berasal dari pembelian atau penggunaan produk sebelumnya.³⁴

³³ Soekidjo, Notoadmodjo, *Metode Penelitian kesehatan*, edisi revisi, Jakarta: Rinneka cipta, 2010

2.3.3 Faktor-faktor yang mempengaruhi pengetahuan investasi

Menurut Notoatmodjo dalam kristina, faktor-faktor yang mempengaruhi pengetahuan dalam diri seseorang yaitu:

a. Pendidikan

Pendidikan adalah usaha untuk mengembangkan kepribadian dan kemampuan baik di dalam maupun di luar sekolah dan berlangsung sepanjang hayat. Pendidikan mempengaruhi proses belajar, dan semakin tinggi jenjang pendidikan maka semakin mudah menerima informasi. Tingkat pendidikan tinggi cenderung menarik informasi dari orang lain dan media. Semakin banyak informasi yang Anda masukkan, semakin banyak pengetahuan yang akan Anda peroleh. Pengetahuan sangat erat kaitannya dengan pendidikan, dan orang yang berpendidikan tinggi diharapkan dapat menambah pengetahuannya.

³⁴ Roslina, *Pengaruh Pengetahuan Produk dan Citra Merek Terhadap Pembelian Produk*, Jurnal Bisnis dan Manajemen, Vol. 10 No. 2, 2009

b. Informasi/Media massa

Informasi yang diperoleh dari pelatihan formal dan informal mungkin memiliki efek jangka pendek yang dapat menyebabkan perubahan atau peningkatan pengetahuan. Kemajuan teknologi menyediakan berbagai media massa yang dapat mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap inovasi baru. Sebagai media komunikasi, media seperti TV, radio, surat kabar, dan majalah memiliki pengaruh yang besar dalam membentuk opini dan keyakinan masyarakat. . Media massa menyampaikan pesan berupa usulan, yang dapat membentuk opini dengan misi utamanya menyampaikan informasi. Kehadiran informasi baru tentang suatu masalah memberikan dasar kognitif baru untuk membentuk pengetahuan tentang masalah tersebut.

c. Lingkungan

Lingkungan pribadi baik fisik, biologis maupun sosial. Lingkungan mempengaruhi proses transfer pengetahuan kepada individu dalam lingkungan tersebut. Hal ini terjadi karena

setiap individu memiliki interaksi umpan balik berupa pengetahuan.

2.3.4 Indikator Pengetahuan

Adapun beberapa indikator pengetahuan perbankan syariah adalah:

a. Pengetahuan Perbankan Syariah

Bank syariah adalah bank umum yang melaksanakan usaha berdasarkan prinsip-prinsip syariah sesuai dengan peraturan Bank Indonesia (PBI) No. 6/24/PBI/2004 yang diterbitkan pada tanggal 14 Oktober 2004. Sebelum PBI tahun 2004 diterbitkan, pemerintah RI menetapkan bank syariah berdasarkan surat edaran Bank Indonesia No. 32/2/UPPB tertanggal 12 Mei 1999 dan surat keputusan direksi Bank Indonesia No.32/34/KEP/DIR tertanggal 12 Mei 1999. Bentuk hukum bank syariah dapat berupa Perseroan Terbatas (PT), Koperasi dan Perusahaan Daerah (PD).³⁵

Produk perbankan syariah terdiri dari 3 yaitu:

³⁵ Hendro Tri, Conny Tjandra Raharja, *Bank dan Institusi Keuangan Non Bank di Indonesia*, Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2014, hal.180

- Produk penyaluran dana (*Financing*)
- Produk penghimpunan dana (*Funding*)
- Produk jasa (*Service*)

b. Pengetahuan Riba

Riba, yaitu penambahan pendapatan secara tidak sah (*batil*) antara lain dalam transaksi pertukaran barang sejenis yang tidak sama kualitas, kuantitas, dan waktu penyerahan (*fadhl*), atau dalam transaksi pinjam meminjam yang mempersyaratkan nasabah menerima fasilitas mengembalikan dana yang diterima melebihi pokok pinjaman karena berjalanya waktu (*nasi'ah*).³⁶

c. Pengetahuan produk perbankan

Secara garis besar produk perbankan syariah di bagi menjadi 3, yaitu:

1. Produk penyaluran dana (*Financing*)

Dalam penyaluran dananya kepada nasabah, produk pembiayaan syariah terbagi kedalam 4 yang di bedakan berdasarkan penggunaanya yaitu:

³⁶ Lasmiatun, *Perbankan Syariah*, Semarang: LPSDM.RA KARTINI, 2010 hal. 12-13

- a. Pembiayaan dengan prinsip jual beli
 - b. Pembiayaan murabahah
 - c. Pembiayaan salam
 - d. Pembiayaan istisna'
 - e. Pembiayaan dengan prinsip sewa (*Ijarah*)
 - f. Pembiayaan dengan prinsip bagi hasil. Produk bagi hasil di antaranya, pembiayaan musyarakah, pembiayaan musyarakah, pembiayaan dengan akad lengkap.
2. Produk penghimpunan dana (*Funding*)
Produk penghimpunan dana pada bank syariah meliputi giro, tabungan dan deposito (Yudiana, 2014:20) sedangkan prinsip yang diterapkan dalam bank syariah adalah prinsip wadiah dan prinsip mudharabah.
 3. Produk jasa (*Service*)
Bentuk produk jasa antara lain bank garansi, kliring, inkaso, jasa transfer dan lain sebagainya. Jasa tersebut antara lain,

sharf (jual beli valuta asing) dan *ijarah* (sewa).

2.4 Minat

2.4.1 Pengertian Minat

Dalam kamus besar bahasa Indonesia minat adalah kecenderungan hati yang tinggi terhadap suatu gairah, keinginan. Minat merupakan kecenderungan seseorang untuk memilih suatu aktivitas di antara beberapa aktivitas yang lainnya. Minat digambarkan sebagai situasi seseorang sebelum melakukan tindakan, yang dapat dijadikan dasar untuk memprediksi perilaku tindakan tersebut. Minat berarti dorongan atau daya penggerak. Minat adalah suatu perangsang keinginan dan daya penggerak kemauan kerja seseorang, sehingga minat mempunyai tujuan tertentu yang ingin dicapai.³⁷

Dilihat dari segi bahasa minat berarti "Kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu, gairah, keinginan".³⁸ Dalam ensiklopedi umum disebutkan bahwa

³⁷ Anton M. Moeliono dkk., *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 1999, hlm.225.

³⁸ Tim Penyusun Kamus, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 1990, cet. Ke-3, hal. 583

minat adalah "kecenderungan bertingkah laku yang terarah pada obyek kegiatan ataupun pengalaman tertentu".³⁹

Minat muncul apabila individu tertarik kepada sesuatu karena sesuai dengan kebutuhannya atau merasakan bahwa sesuatu yang akan dipelajari dirasakan berarti bagi dirinya. Kebutuhan disini yaitu seperti kebutuhan akan aktualisasi diri, kebutuhan estetis, kebutuhan kognitif, kebutuhan akan penghargaan, kebutuhan cinta dan rasa memiliki, kebutuhan akan keamanan dan kebutuhan fisiologi.⁴⁰

Menurut Drs. Mahfudh Shalahuddin minat adalah "Perhatian yang mengandung unsur-unsur perasaan, minat adalah suatu sikap yang menyebabkan seseorang berbuat aktif dalam suatu pekerjaan. Dengan kata lain minat dapat menjadi sebab dari suatu kegiatan".⁴¹ Menurut definisi lain oleh Alisuf Sabri minat adalah "Suatu kecenderungan untuk selalu memperhatikan dan mengingat sesuatu secara terus

³⁹ Hasan Shadily, *Ensiklopedi Umum*, Jakarta: Ichtiar Barn-van Hoeve, 983, jilid IV, hal.252

⁴⁰ Nigel C. Benson dan Simon Grove, *Mengenal Psikologi For Beginners*, Bandung: Mizan, 2000, cet. Ke-1, hal.110

⁴¹ Mahfudh Shalahuddin, *Pengantar Psikologi Pendidikan*, Surabaya: PT. Bina Ilmu, 1990, hal. 95

menerus”⁴² James F. Engel, Roger D.Blackwell, dan Paul W. Miniard menyebutkan pula bahwa “Tahap kepuasan / minat melibatkan aktivitas yang menghasilkan suatu pilihan antara mengadopsi atau menolak inovasi.⁴³ Pendapat lain yang hampir serupa juga disebutkan oleh Kinner dan Taylor menyatakan bahwa” minat adalah bagian dari komponen perilaku konsumen dalam sikap konsumsi, kecenderungan responden untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-bener dilaksanakan “.⁴⁴

Dapat Peneliti simpulkan dari beberapa pendapat yang dikemukakan bahwa minat adalah suatu kecenderungan yang erat kaitannya dengan perasaan terutama perasaan senang (positif) terhadap sesuatu yang dianggapnya berharga atau sesuai kebutuhan dan memberi kepuasan kepadanya. Sesuatu itu dapat berupa aktifitas, orang, pengalamanatau benda yang dapat dijadikan sebagai stimuli atau rangsangan yang memerlukan respon terarah. Apabila sesuatu itu dianggapnya sesuai dengan kebutuhan

⁴² Alisuf Sabri, *Psikologi Pendidikan*, Jakarta: Pedoman Ilmu Jaya, 1996, cet. Ke-2, hal.84

⁴³ James F.Engel, Roger D. Blackwell, dan Paul W.Miniard, *Perilaku Konsumen* jilid 2, alih bahasa Budijanto, Edisi Ke-6 Jakarta : Karisma Publisng, 2012, hlm 394.

⁴⁴ Kinner T.C dan J.R Taylor, *Riset Pemasaran Pendekatan Terpadu* , edisi ke-3 Jakarta : Erlangga,1992,hlm.55.

atau menyenangkan baginya maka sesuatu itu akan dilaksanakan. Namun sebaliknya, apabila sesuatu itu tidak menyenangkan maka sesuatu itu akan di tinggalkannya.

Ciri-ciri minat menurut Harmanto dari pendapat Abu Ahmadi dan Widodo antara lain:

1. Cara mengikuti aktivitas pada dunia yang diminati.
2. Serius atau tidaknya dalam mengikuti aktivitas.⁴⁵

Crow & Crow mengemukakan ada tiga faktor utama yang membentuk minat yaitu:

1. Faktor dorongan dari dalam, artinya pengaruh pada kebutuhan-kebutuhan yang muncul dari dalam individu, merupakan faktor yang berhubungan dengan dorongan fisik, motif, mempertahankan diri dari rasa lapar, rasa takut rasa sakit, juga dorongan ingin tahu, rasa sakit, juga dorongan ingin tahu membangkitkan minat untuk mengadakan penelitian dan sebagainya.
2. Faktor motif sosial, artinya pengaruh pada penyesuaian diri dengan lingkungan agar dapat diterima dan diakui oleh lingkungannya atau aktifitas untuk memenuhi

⁴⁵ Harmanto, “*Survei Minat Siswa SLTP Negeri dan Swasta Kecamatan Bantarkawung Kabupaten Berbes Terhadap Akstra Kulikuler Bola Voli Tahun Ajaran 2004*”, skripsi, Semarang: Universitas Negeri Semarang, Fakultas Ilmu Keolahragaan, 2006, hlm.8.

kebutuhan sosial, seperti bekerja, mendapatkan status, mendapatkan perhatian dan penghargaan.

3. Faktor emosional atau perasaan, artinya minat yang erat hubungannya dengan perasaan atau emosi, keberhasilan dalam beraktivitas yang didorong oleh minat akan membawa rasa senang dan memperkuat minat yang sudah ada, sebaliknya kegagalan akan mengurangi minat individu tersebut.⁴⁶

Aromasari menyebutkan tentang faktor persepsi yang mempengaruhi Minat Menabung yaitu:

1. Kebudayaan, kebiasaan yang di tanamkan oleh lingkungan sekitar misalnya guru yang mengarahkan anak didiknya untuk belajar rajin menabung.
2. Keluarga, seperti orang tua yang rajin menabung secara tidak langsung akan menjadi contoh atau model bagi anaknya.
3. Sikap dan kepercayaan misalnya seseorang akan merasa lebih aman dalam mempersiapkan masa depannya jika ia memiliki perencanaan yang matang, termasuk dari segi finansialnya.

⁴⁶ Crow & Crow, *Psikologi Pendidikan*, Surabaya: Bina Ilmu, 1980, hlm.159.

4. Motivasi yaitu rencana mengenuhi kebutuhan di masa mendatang dapat mendorong seseorang untuk menabung.⁴⁷

Ada beberapa Pengaruh Persepsi Nasabah terhadap Minat Mena bung

1. Tingkat suku bunga

Penetapan tingkat suku bunga bank sangat berperan penting terhadap kelancaran usaha bank. Suku bunga yang ditetapkan bank akan memengaruhi sikap nasabah terhadap bank.

2. Promosi

Dengan kegiatan promosi tersebut diharapkan nasabah akan mengetahui lebih jauh mengenai produk yang ditawarkan bank kepada nasabah.

3. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan yang dilakukan bank ikut berperan dalam memajukan usaha bank. Kualitas pelayanan yang baik akan meminimumkan keluhan nasabah terhadap bank. Kualitas pelayanan yang baik

⁴⁷ Aromasari.T, *Hubungan Antara Sikap Terhadap Minat Mahasiswa*, Skripsi, Fakultas Pisiologi Universitas Gajah Mada,1991.

dari bank merupakan respon yang dilakukan bank terhadap keinginan maupun kebutuhan nasabah.⁴⁸

2.4.2 Indikator Minat

Dimensi yang mempengaruhi minat menabung
Umi Widyastuti,

1. Tujuan Menabung (*saving for purpose*), dimensi ini menghasilkan keinginan menyimpan uang di bank syariah untuk pengeluaran takterduga, menghemat uang untuk pengeluaran takterduga, menghemat uang untuk beberapa bulan mendatang, mencapai tujuan masa depan, serta sebagai alat untuk mencapai tujuan penting dalam jangka panjang.
2. Risiko menabung (*Saving for a risk*), dimensi ini menunjukkan bahwa kesediaan menggunakan produk jika terdapat keuntungan besar, keinginan untuk mencapai banyak keuntungan sehingga berniat untuk mengambil risiko dengan menabung, kesediaan mengambil risiko untuk suatu dalam hidup serta keinginan menyimpan uang dengan mengambil

⁴⁸ Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV. Alfabeta 2011.

risiko karena hanya ingin memuaskan rasa ingin tahu.

3. Hambatan menabung (*saving barriers*), dimensi ini menunjukkan bahwa menabung dianggap sebagai suatu kegiatan yang tidak perlu, dianggap menjadi kegiatan yang membosankan serta dianggap tidak perlu menabung dalam waktu dekat.

Setiap individu memiliki perbedaan dalam beberapa hal, misalnya saja pada minatnya. Perbedaan itu dapat diketahui melalui gejala-gejala yang ditampakan oleh individu itu sendiri. Minat Juga akan dapat diketahui melalui indikator minat lainnya, yang diantaranya:

1. Adanya perhatian dan kesadaran terhadap suatu benda atau objek.

Apabila kita mencurahkan perhatian pada suatu benda atau obyek, maka kita akan menyadari benda itu sepenuhnya. Artinya pada saat itu hanya benda itulah yang paling kita sadari, sedang benda-benda

lain disekitarnya memang sedikit banyak masih kita sadari, meskipun tingkatan derajatnya tidak sama.⁴⁹

2. Adanya perasaan (biasanya perasaan senang)

Perasaan berkaitan erat dengan pengenalan, dialami oleh setiap individu dengan rasa suka atau tidak suka, duka atau gembira dalam bermacam gradasi atau derajat tingkatan.⁵⁰ Perasaan yang merupakan indikator minat yang menunjang belajar adalah perasaan senang, suka, gembira ketika individu melakukan proses pengenalan terhadap obyek yang dituju.

3. Adanya dorongan (Motivating Force)

Dorongan untuk belajar yang timbul pada diri individu akan berperan sebagai "Motivating Force" yaitu sebagai kekuatan yang akan mendorong siswa untuk tekun belajar.

4. Adanya sikap

Setiap perilaku dapat mencerminkan pribadi seseorang. Sikap bukanlah dibawa sejak lahir tetapi

⁴⁹ M Alisuf Sabri, *Pengantar Psikologi Umum & Perkembangan*, Jakarta: Pedoman ilmu Jaya, 1993, cet. Ke-I, hal. 43

⁵⁰ Kartini Kurtono, *Patologi Sosial 3, Gangguan – Gangguan Kejiwaan*, Jakarta: PT.RajaGrafindo Persada, 1997, Ed. 2, hal. 129

dipelajari dan di kembangkan melalui pengalaman-pengalaman yang di alami oleh individu.⁵¹

2.5 Kajian Pustaka

Untuk memudahkahkan pemahaman konsep penelitian beberapa penelitian terdahulu, yang menjadi dasar literatur peneliti serupa terkait kualitas produk, Preferensi dan Proses Pengambilan Keputusan dapat dilihat sebagai mana tabel berikut :

Tabel 2.3
Penelitian Terdahulu

Peneliti	Judul Penelitian	Model Analisis	Hasil Penelitian
Anita Rahmawaty, (Jurnal, Vol. 8, No. 1, 2014)	Pengaruh Persepsi Tentang Bank Syari'ah Terhadap Minat Menggunakan Produk Di BNI Syari'ah Semarang	Analisis regresi berganda (<i>Ordinary Least Square</i>)	(1) persepsi tentang bunga bank berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat menggunakan produk bank Syar'iah.

⁵¹ AbdurRahman Abror, *Psikologi Pendidikan*, Yogyakarta: PT. Tiara Wacana, 1993,cet.Ke-4, hal. 108

			(2) persepsi tentang sistem bagi hasil berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat menggunakan produk bank syariah. (3) persepsi tentang produk bank syariah tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan produk bank syariah.
Imran dan Bambang Hendrawan, (<i>Jurnal of Business Administration</i> , Vol. 1, No. 2, 2017)	Pengaruh Persepsi Masyarakat Batam Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menggunakan Produk Bank Syariah	Analisis linier berganda dengan uji hipotesis menggunakan uji F dan Uji t	(1) persepsi tentang bunga bank berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat menggunakan produk bank syariah. (2) persepsi tentang sistem bagi hasil berpengaruh secara positif

			dan signifikan terhadap minat menggunakan produk bank syari'ah. (3) persepsi tentang pengetahuan produk bank syari'ah tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan produk bank syari'ah.
Firnanda 2018	Pengaruh Pengetahuan Perbankan Syariah Dan Promosi Kalangan Siswa Jurusan Perbankan Syariah Smk Muhammadiyah 4 Sragen Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah.	Analisis uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, uji ketetapan model dan uji hipotesis.	diketahui bahwa $Y = 9,074 + 0,374 X_1 + 0,277 X_2 + e$. Hasil uji Hipotesis (Uji F), F hitung (25,363) > F tabel (3,21), sedangkan nilai <i>Adjusted R2</i> sebesar 0,536 atau 53,6%. Dengan kata lain variabel pengetahuan (X1) dan promosi (X2) memberi pengaruh secara

			bersama sekitar 55,6% terhadap minat menabung. Hasil dari uji t variabel pengetahuan dan promosi berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di Bank Syariah.
Kautsar Audytra Muhammad 2014	Pengaruh Pengetahuan Warga Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Memilih Produk Bank Muamalat.	Menggunakan metode kuantitatif untuk memperoleh data primer dengan cara memberikan kuesioner kepada responden lalu di olah menggunakan regresi linear berganda.	Pengetahuan definisi, lokasi, prinsip-prinsip, produk-produk berpengaruh nyata terhadap minat warga untuk memilih bank Muamalat.
Dwi Ana Ratna Utami 2017	Pengaruh persepsi masyarakat	Analisis deskriptif responden,	Persepsi masyarakat tentang

	tentang perbankan syariah terhadap minat menabung di bank syariah	uji asumsi prasyarat, analisis regresi linier berganda, dan uji hipotesis.	perbankan syariah memiliki pengaruh yang positif dan signifikan sebesar 0,175 atau 17,5% terhadap variabel minat menabung di bank syariah.
--	---	--	--

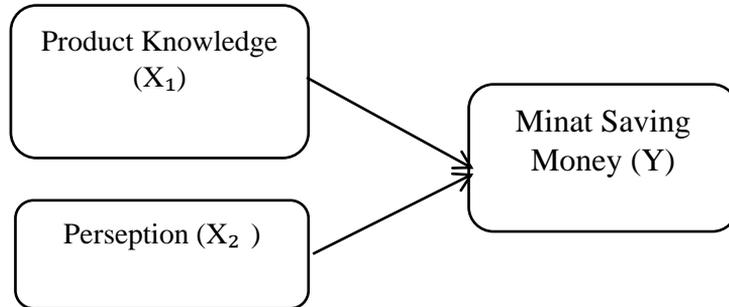
2.6 Kerangka Berfikir

Dari kerangka teori dan setiap penelitian terdahulu sebelumnya maka dapat disusun kerangka pikir sebagai berikut :

Gambar 2.1

Kerangka Teoritik

Pengaruh Product Knowledge dan Persepsi Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Mahasiswa Febi 2016



2.7 Hipotesis

Secara etimologis, hipotesis dibentuk dari dua kata, yaitu kata *hypo* dan kata *thesis*. *Hypo* berarti kurang dan *thesis* adalah pendapat. Kedua kata itu kemudian digunakan secara bersama menjadi *hypotehesis* dan penyebutan dalam dialek Bahasa Indonesia menjadi hipotesa kemudin berubah menjadi hipotesisyang maksudnya adalah suatu kesimpulan yang masih kurang atau kesimpulan yang masih belum sempurna. Dengan hipotesis, penelitian menjadi jelas arah pengujiannya dengan kata lain hipotesis membimbing peneliti dalam melaksanakan penelitian di lapangan baik

sebagai objek pengujian maupun dalam pengumpulan data.⁵²

Sehingga Hipotesis dalam penelitian ini adalah :

1. **H₀** : persepsi tidak berpengaruh positif terhadap minat menabung di bank syariah.
2. **H_a** : persepsi berpengaruh positif terhadap minat menabung di bank syariah.

3. **H₀** : pengetahuan tidak berpengaruh positif terhadap minat menabung di bank syariah.
4. **H_a** : pengetahuan berpengaruh positif terhadap minat menabung di bank syariah.
5. **H₀** : persepsi dan pengetahuan tidak berpengaruh positif terhadap minat menabung di bank syariah.
6. **H_a** : persepsi dan pengetahuan berpengaruh positif terhadap minat menabung di bank syariah

⁵² M. Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif (ed. kedua cet.ke-enam)*, Jakarta: Kencana, 2011, hal. 85.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian dan Sumber Data

Dilihat dari jenis datanya, jenis penelitian yang digunakan dalam artikel ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang dilakukan dengan mengumpulkan data dalam bentuk digital. Kemudian data dalam bentuk digital tersebut diolah dan dianalisis untuk mendapatkan informasi ilmiah dibalik angka-angka tersebut.¹ Data kuantitatif adalah data dalam bentuk digital. Menurut bentuknya, teknik komputasi statistik dapat digunakan untuk mengolah atau menganalisis data kuantitatif.² Sugiyono berpendapat bahwa data kuantitatif adalah data digital, atau data kuantitatif bernomor.³

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data asli adalah

¹ Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2012, h. 20.

² Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*, Jakarta: Kencana, 2013, h. 17.

³ Sugiono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Jakarta: Cv. Alfabeta, 2011), cet. Ke-19, h. 8

data yang dikumpulkan oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat dimana objek penelitian itu berada. Metode yang dapat digunakan untuk mengumpulkan data mentah adalah survei kuesioner dan observasi.

Data utama yang digunakan dalam penelitian ini adalah hasil kuesioner yang diisi oleh responden yaitu mahasiswa UIN Walisongo Semarang angkatan 2016 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pada saat yang sama, data sekunder adalah data yang dirilis atau digunakan oleh organisasi yang tidak diproses.⁴ Secara umum, data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung dari sumbernya, tetapi data olahan diperoleh dari pengumpulan data asli. Data bekas dalam penelitian ini meliputi: penelitian terdahulu, literatur, media cetak (koran dan majalah) dan media elektronik (Internet).

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Populasi berasal dari bahasa Inggris yaitu population, yaitu jumlah penduduk. Populasi adalah suatu wilayah umum yang terdiri dari objek/subyek dengan sifat

⁴ Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif; Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*, Jakarta: Kencana, 2013, h. 16.

dan karakteristik tertentu, yang ditentukan dan disimpulkan oleh peneliti.⁵ Dalam metode penelitian, istilah populasi digunakan untuk menyebut sekelompok objek yang menjadi tujuan penelitian. Populasi penelitian adalah keseluruhan objek penelitian, yang dapat berupa manusia, hewan, tumbuhan, udara, gejala, nilai, peristiwa, sikap hidup, dan lain-lain. Sehingga objek-objek tersebut dapat menjadi sumber data penelitian. Ada dua jenis populasi, yaitu: Populasi terbatas, yaitu jumlah individu yang ditentukan. Populasi tidak terbatas, artinya jumlah individu tidak terbatas atau tidak pasti. Populasi dalam penelitian ini adalah angkatan 2016 UIN Walisongo Semarang di Fakultas Ekonomi dan Islam.

3.2.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang sifat-sifatnya akan diteliti. Sampel orang yang diwawancarai dalam penelitian ini ditentukan dengan non-probability sampling, yaitu pertimbangan individu peneliti yang dipilih bukan populasi dengan peluang yang sama dari

⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: CV Alfabeta, 2010, h. 117.

semua sampel. Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin sebagai berikut:

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

$$n = \frac{554}{554(0,1)^2 + 1}$$

$$= 85$$

Dimana:

n : Jumlah sampel

N : Populasi

d : Derajat kebebasan (misal. 0,1;0,5;0,1)

Maka, sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 85 responden yang merupakan mahasiswa Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang. Dan data yang didapatkan melalui pengisian kuesioner yang berlokasi di FEBI Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Menurut Jhonson & Christensen, *method of collection data is technique for physically obtaining data to be analyzed in*

a research study. Metode pengumpulan data diartikan sebagai teknik memperoleh data fisik untuk dianalisis dalam penelitian.⁶ Untuk memperoleh data lapangan, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

3.3.1 Kuisisioner dan Angket

Kuesioner atau angket adalah teknik pengumpulan data tidak langsung atau teknik pengumpulan data, yang dijawab dengan memberikan serangkaian pertanyaan kepada responden. Teknik pengumpulan data ini cocok untuk sejumlah besar orang yang diwawancarai atau wilayah yang luas.⁷

Instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel dalam penelitian ini adalah skala Likert, yang mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang. masyarakat. Jawaban responden berupa memilih dari empat pilihan yang tersedia, yaitu:

⁶ Dikutip dalam sebuah situs: <http://ferdy-nasum.blogspot.com/2011/metode-pengumpulan-data-kuantitatif.html> di akses pada tanggal 17 Februari 2019

⁷ Sugiyono, *Metode Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2008, h.119

Tabel. 3.1
Alternatif Jawaban

Jawaban	Skor atau Nilai
Sangat Setuju	1
Setuju	2
Tidak Setuju	3
Sangat Tidak Setuju	4

3.3.2 Dokumentasi

Dokumen adalah data tentang sesuatu yang berupa benda tertulis atau benda yang berkaitan dengan kejadian atau kegiatan tertentu, dan dapat berupa catatan atau dokumen tertulis, seperti catatan, database, buku, transkrip, surat, atau gambar.

3.4 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

3.4.1 Variabel Penelitian

Variabel adalah atribut atau sifat atau nilai orang, benda, atau kegiatan yang ditentukan dan disimpulkan oleh

peneliti dan mempunyai variasi tertentu.⁸ Penelitian ini menggunakan 2 (dua) variabel, yaitu:

1. Variabel bebas (*Independent variable*)

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau dipengaruhi variabel lain, dan umumnya muncul pertama kali secara kronologis. Keberadaan variabel ini dalam penelitian kuantitatif merupakan variabel yang menjelaskan terjadinya fokus atau topik penelitian. Variabel ini biasanya diwakili oleh variabel "x".⁹ Dalam penelitian ini variabel bebasnya adalah pengetahuan produk (X1) dan persepsi kemudahan penggunaan (X2).

2. Variabel terikat (*Dependent variable*)

Variabel terikat adalah variabel yang menyebabkan atau dipengaruhi variabel bebas. Dalam penelitian kuantitatif, keberadaan variabel ini merupakan variabel yang dipertanggungjawabkan dalam tujuan atau subjek penelitian. Variabel ini

⁸ Ratih Hardiyanti, *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Jasa Penginapan (Villa) Agrowisata Kebun Teh Pagilaran*, Dalam Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro: Semarang, 2010.

⁹ Nanang Martono, *Metode Penelitian, Kuantitatif*, Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2012, h. 57

biasanya ditunjuk sebagai variabel 'Y'.¹⁰ Variabel terikat dalam penelitian ini adalah bunga (Y) tabungan pada bank syariah.

3.4.2 Definisi Operasional

Definisi manipulasi variabel adalah definisi variabel berdasarkan sifat-sifat variabel yang dapat diamati:

Tabel 3.2

Variabel Penelitian, Definisi Operasional, Indikator, dan
Pertanyaan

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Pengukuran
Pengetahuan (X2)	Segala sesuatu yang di ketahui, atau segala sesuatu yang diketahui berkenaan dengan sesuatu hal.	1. Pengetahuan perbankan syariah 2. Pengetahuan riba Pengetahuan produk perbankan syariah	Diukur melalui kuesioner dengan menggunakan skala likert

Persepsi Bank Syariah (X1)	penafsiran seseorang atas kejadian berdasarkan pengalaman yang telah di alami	<ol style="list-style-type: none"> 1. Persepsi Manfaat 2. Persepsi Kemudahan penggunaan 3. Persepsi Resiko 	Diukur melalui kuesioner dengan menggunakan skala likert
Minat Menabung di Bank Syariah (Y)	Kecenderungan hati seseorang dan kegairahan yang tinggi atau keinginan yang besar terhadap sesuatu yang memberikan kepuasan kepadanya.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tujuan menabung 2. Resiko menabung 3. Hambatan menabung 	Diukur melalui kuesioner dengan menggunakan skala likert

3.5 Teknik Analisa Data

Analisis kuantitatif digunakan sebagai metode analisis data dalam penelitian ini. Analisis kuantitatif adalah analisis yang digunakan pada data dalam bentuk pembahasan dengan angka-angka. Penelitian ini menggunakan SPSS Windows versi 16.0. Sebelum

dilakukan analisis, terlebih dahulu data diolah sebagai berikut:¹¹

1. Editing (Pengeditan)

Editing adalah proses meninjau atau memverifikasi data yang berhasil dikumpulkan di lapangan karena data input mungkin tidak memenuhi atau mungkin memerlukan persyaratan.

2. Coding (Pemberian kode)

Coding adalah tindakan memberikan setiap item data milik kategori yang sama kode tertentu. Kode adalah sinyal yang dihasilkan berupa angka atau huruf untuk membedakan identitas data atau data yang dianalisis.

3. Tabulasi

Tabulasi adalah proses pengorganisasian data Anda dalam bentuk tabel yang dikodekan sesuai dengan kebutuhan analitis Anda.

Analisis kuantitatif adalah analisis interpretasi kuesioner, wawancara dan observasi. Ada beberapa langkah yang perlu Anda ambil sebelum menggunakan

¹¹ Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif; Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*, Jakarta: Kencana, 2013, h. 87

persamaan regresi untuk analisis data. Uji validasi, uji reliabilitas, dan uji hipotesis klasik.

3.5.1 Uji Validitas

Validitas menunjukkan seberapa baik instrumen tersebut dapat mengukur apa yang ingin diukur. Uji validitas digunakan untuk mengukur validitas suatu angket. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan dalam kuesioner tersebut dapat memperjelas apa yang diukurnya. Pertanyaan survei diperiksa untuk faktor terkait. Tujuan dari tes validasi adalah untuk menentukan seberapa hati-hati satu atau lebih tes melakukan fungsi ukurannya. Alat ukur dikatakan berguna untuk mengukur apa yang perlu diukur atau bila dapat memberikan hasil yang diharapkan peneliti. Periksa validitas item survei dan verifikasi validitas data. Tinggi rendahnya validitas angket atau angket dihitung dengan menggunakan metode korelasi product moment Pearson, yaitu dengan menghitung korelasi antara skor butir pertanyaan dengan skor total. Alasan keputusan untuk memvalidasi setiap kuesioner adalah sebagai berikut:

1. Jika r_{hitung} positif dan $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka H_a diterima dan H_o di tolak.

2. Jika r_{hitung} tidak positif serta $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka H_a di tolak dan H_o diterima.

3.5.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah indikator konsistensi angka ketika mengukur gejala yang sama. Perhitungan reliabilitas dilakukan dengan menggunakan faktor alpha Cronbach. Instrumen yang mengukur setiap variabel dikatakan reliabel jika *cronbach alpha* $> 0,60$.¹²

3.5.3 Uji Asumsi Klasik

Uji hipotesis klasik dilakukan untuk mengetahui keadaan data yang ada guna menentukan model analisis yang sesuai. Data yang digunakan berupa model regresi linier berganda dalam pengujian hipotesis harus menghindari kemungkinan penyimpangan dari hipotesis konvensional. Asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

3.5.3.1 Uji Normalitas

Tujuan dari uji normalitas adalah untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel dependen, variabel independen, atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak.

¹² Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Semarang: Badan Penerbit Undip, 2005, h. 41

Model regresi yang baik adalah berdistribusi normal atau mendekati normal. Suatu data dikatakan mengikuti distribusi normal dilihat dari penyebaran data pada sumbu diagonal dari grafik.¹³ Alasan keputusan tersebut adalah sebagai berikut:

1. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi normalitas.
2. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi normalitas.

3.5.3.2 Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antar sesama variabel bebas sama dengan nol.¹⁴

¹³ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Semarang: Badan Penerbit Undip, 2005, h. 110

¹⁴ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Semarang: Badan Penerbit Undip, 2005, h. 91

Uji multikolonieritas dideteksi dengan menggunakan nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). *Tolerance* mengukur variabilitas variabel bebas terpilih yang tidak dapat dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Jadi nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF yang tinggi (karena $VIF = 1/tolerance$) dan menunjukkan adanya kolonieritas yang tinggi. Nilai *cutoff* yang umum dipakai adalah nilai *tolerance* 0,10 atau sama dengan nilai VIF di bawah 10.

3.5.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari suatu residual pengamatan ke pengamatan yang lain. Salah satu cara mendekati heteroskedastisitas adalah dengan melihat grafik scatter plot antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dengan residualnya (SRESID). Jika ada titik-titik membentuk pola tertentu yang teratur seperti bergelombang, melebar, kemudian menyempit maka telah terjadi heteroskedastisitas. Jika titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0

pada sumbu Y tanpa membentuk pola tertentu maka tidak terjadi heteroskedastisitas.¹⁵

3.5.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda adalah hubungan secara linear atau antara dua atau lebih variabel independen (X_1, X_2, \dots, X_n) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh Persepsi dan Pengetahuan Mahasiswa Tentang Perbankan Syariah terhadap Minat Menabung di Bank Syariah pada mahasiswa prodi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang. Variabel-variabel tersebut dapat disusun dalam fungsi atau persamaan sebagai berikut:

¹⁵ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisa Multivariate Dengan Program SPSS*, Semarang: Badan Penerbit Undip, 2005, h. 105

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

Diketahui:

Y = Minat Menabung di Bank Syari'ah

a = Nilai konstanta

b_1, b_2 = Variabel Independen

X_1 = Pengetahuan Produk

X_2 = Persepsi Perbankan

e = *error* / variabel pengganggu

3.5.5 Uji Hipotesis

3.5.5.1 Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Dalam penelitian ini, uji F digunakan untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh variabel-variabel independen secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen. Dasar pengambilan keputusannya adalah dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi, yaitu:

1. Apabila probabilitas signifikansi > 0.05 , maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
2. Apabila probabilitas signifikansi < 0.05 , maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

3.5.5.2 Uji Signifikansi Pengaruh Parsial (Uji T)

Uji T digunakan untuk menguji signifikansi hubungan antara variabel X dan Y apakah variabel X_1 , X_2 , (Persepsi dan Pengetahuan Mahasiswa Tentang Perbankan Syariah) benar-benar berpengaruh terhadap variabel Y (Minat Menabung di Bank Syariah) secara terpisah atau parsial. Dasar pengambilan keputusan adalah dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi, yaitu:

1. Apabila angka probabilitas signifikansi > 0.05 , maka H_0 diterima dan H_a ditolak
2. Apabila angka probabilitas signifikansi < 0.05 , maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

3.5.5.3 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) dimaksudkan untuk mengetahui tingkat ketepatan paling baik dalam analisa regresi dimana hal yang ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi (R^2) antara 0 (nol) dan 1 (satu). Koefisien determinasi (R^2) nol variabel independen sama sekali tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Apabila koefisien determinasi semakin mendekati satu, maka dapat

dikatakan bahwa variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen, Selain itu koefisien determinasi (R^2) dipergunakan untuk mengetahui prosentase perubahan variabel tidak bebas (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X).

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

4.1.1 Sejarah Singkat FEBI UIN Walisongo

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) merupakan salah satu Fakultas yang dimiliki Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang yang berdiri pada tanggal 13 Desember 2013, yang diresmikan oleh Menteri Agama Republik Indonesia, Dr. Suryadharma Ali.

Berdirinya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (Febi) Universitas Islam Walisongo Semarang dilatarbelakangi beberapa pertimbangan. Antara lain sebagai berikut:

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.

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. 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.

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo terdiri atas program:

1. D.3 Perbankan Syariah
2. S.1 Ekonomi Islam

3. S.1 Akuntansi Syariah
4. S.1 Perbankan Syariah
5. S.1 Manajemen
6. S.2 Ekonomi Syariah

4.1.2 Visi dan Misi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang

a. Visi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

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

b. Misi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

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.

4.2 Deskripsi Data dan Karakteristik Responden

4.2.1 Deskripsi Data Responden

Pengumpulan data penelitian ini dengan cara meng*eshare* angket via online melalui media elektronik kepada anggota sampel. Dalam penelitian responden yang diambil sebagai sampel adalah Mahasiswa FEBI UIN Walisongo angkatan 2016 sebanyak 85 Mahasiswa. Setiap Responden dalam penelitian ini mempunyai karakteristik yang berbeda-beda, oleh karena itu perlu dilakukannya pengelompokan pada setiap karakteristik tertentu. Adapun karakteristik yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis kelamin responden. Berikut

adalah pengelompokan responden berdasarkan kuesioner yang telah peneliti sebar:

4.2.2 Karakteristik Responden

4.2.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.1
Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	33	37,9	37,9	37,9
	Perempuan	52	62,1	62,1	100,0
	Total	85	100,0	100,0	

Sumber: Data primer oleh spss, 2021

Tabel 4.1 menyajikan presentase responden berdasarkan jenis kelamin. Berdasarkan hasil data di atas dapat diketahui bahwa hasil penelitian dari 85 responden, berdasarkan jenis kelamin yaitu laki-laki sebesar 37,9% dan perempuan sebesar 62,1%. Dari seluruh data tersebut didominasi oleh jenis kelamin perempuan.

4.3 Analisis Data dan Interpretasi Data

4.3.1 Uji Instrumen

4.3.1.1 Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu variabel dikatakan valid jika nilai dari setiap butir pernyataan atau r hitung tersebut positif lebih besar dari r tabel. Peneliti menggunakan rumus $df = N - 2$ untuk mencari nilai r tabel. Jumlah responden dikurangi 2, jadi $85 - 2 = 83$ dan didapati nilai 0,2133 sebagai r tabel. Berdasarkan analisis yang di lakukan oleh peneliti, maka hasil pengujian validasi dapat disajikan sebagai berikut ini:

Tabel 4.2
Hasil Uji Validitas

Item Pertanyaan	r Hitung	r Tabel 0,05%	Keterangan
Pengetahuan (X1)			
X1.1	0,602	0,213	Valid
X1.2	0,546	0,213	Valid
X1.3	0,417	0,213	Valid
X1.4	0,65	0,213	Valid
X1.5	0,719	0,213	Valid
X1.6	0,742	0,213	Valid
X1.7	0,61	0,213	Valid

X1.8	0,676	0,213	Valid
Persepsi (X2)			
X2.1	0,584	0,213	Valid
X2.2	0,637	0,213	Valid
X2.3	0,477	0,213	Valid
X2.4	0,749	0,213	Valid
X2.5	0,789	0,213	Valid
X2.6	0,286	0,213	Valid
X2.7	0,583	0,213	Valid
X2.8	0,647	0,213	Valid
Minat (Y)			
Y.1	0,210	0,213	Tidak Valid
Y.2	0,618	0,213	Valid
Y.3	0,434	0,213	Valid
Y.4	0,414	0,213	Valid
Y.5	0,825	0,213	Valid
Y.6	0,786	0,213	Valid
Y.7	0,689	0,213	Valid
Y.8	0,778	0,213	Valid
Y.9	0,757	0,213	Valid
Y.10	0,804	0,213	Valid
Y.11	0,78	0,213	Valid

Sumber: data primer oleh spss, 2021

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa hampir semua skor untuk nilai r hitung keseluruhan indikator yang di ujikan bernilai positif dan lebih besar r tabel (0,213) kecuali pada pernyataan terkait penyimpanan uang di bank syariah untuk tujuan jangka panjang

(Y.1) dengan skor nilai r hitung $(0,210) < r$ tabel $(0,213)$. Maka dapat diambil kesimpulan bahwa pada pernyataan yang diajukan kepada responden berdasarkan data diatas, keseluruhan indikator yang digunakan dalam penelitian ini ada satu pernyataan yang tidak lolos dalam uji validitas dan di nyatakan tidak valid. Sehingga perlu adanya modifikasi dalam uji validitas dalam poin instrumen pernyataan penelitian.

4.3.1.2 Uji Reliabilitas

Uji Raliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu Kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu variabel dapat dikatakan reliabel jika memberkan nilai *cronbach''s alpha* diatas 0,60. Hasil uji reliabilitas adalah sebagai berikut:

Tabel 4.3
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Cronbach Alpha	Standar Realibilitas	Keterangan
Pengetahun (X1)	0,770	>0,60	Reliabel
Persepsi (X2)	0,738	>0,60	Reliabel
Minat (Y)	0,858	>0,60	Reliabel

Sumber: data primer oleh spss, 2021

Dari tabel 4.3 menunjukkan nilai *cronbach"s alpha* atas variabel pengetahuan (X1) sebesar 0,770 variabel persepsi (X2) sebesar 0,738 dan variabel Minat sebesar 0,858. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan dalam kuesioner ini reliabel karena mempunyai lebih dari 0,60.

4.3.2 Uji Asumsi klasik

4.3.2.1 Uji Normalitas

Uji nomalitas digunakan untuk mengetahui apakah data terdistribusi dengan normal atau tidak. Analisis parametrik seperti korelasi product moment mensyaratkan bahwa data harus terdistribusi dengan normal.¹ Metode pengambilan keputusan untuk uji normalitas

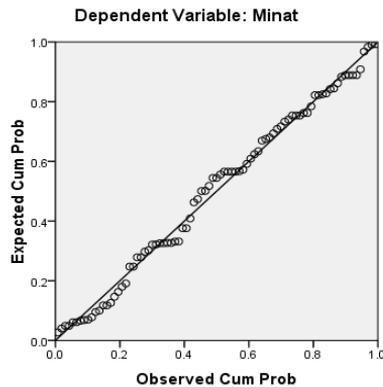
¹ Duwi priyatno, "teknik mudah dan cepat melakukan analisis data penelitian", yogyakarta: gaya media, 2010. Hlm. 36

yaitu jika signifikansi $>0,05$ maka data berdistribusi normal dan jika signifikansi $<0,05$ maka data tidak berdistribusi normal.²

Gambar 4.1

Grafik Normal *Probability Plot* Uji Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Sumber: Data hasil perhitungan SPSS (2021)

Sebagaimana terlihat dalam grafik *normal P-P plot regression standardized residual*, terlihat bahwa titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal, serta penyebarannya mengikuti arah garis diagonal (membentuk garis lurus), maka dapat dikatakan

² Duwi priyatno....., hlm.40

bahwa data distribusi normal dan model regresi layak dipakai untuk penelitian

4.3.2.2 Uji Multikolinearitas

Uji Multikolorasi merupakan uji yang digunakan untuk mendeteksi korelasi atau hubungan antar variabel independen atau bebas dalam model regresi. Apabila ditemukan korelasi atau hubungan, maka disebut sebagai multikolonieritas antar variabel independen tersebut. Jika tidak ditemukan korelasi, maka dapat dikatakan model regresi yang baik.³ Hal tersebut terlihat dari nilai *tolerance* atau *VIF* (*Varian Inflation Factor*) dari setiap variabel independen terhadap variabel dependen. Dasar penarikan kesimpulan pada uji multikolonieritas yaitu jika nilai *tolerance* $> 0,10$ maka tidak terjadi multikolonieritas atau jika nilai $VIF < 10,00$ maka tidak terjadi multikolonieritas. Hasil uji multikolonieritas ditunjukkan pada tabel berikut ini:

³ Imam Ghazali, *Aplikasi analisis ...*, h. 105

Tabel 4.4
Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	10,677	2,508		4,258	,000		
Pengetahuan	,293	,167	,200	1,749	,084	,659	1,518
Persepsi	,591	,170	,398	3,478	,001	,659	1,518

a. Dependent Variable:
Minat

Sumber :data primer oleh spss, 2021

Berdasarkan tabel 4.5 menunjukkan hasil dari uji multikolinieritas, maka diperoleh data sebagai berikut:

1. Dari nilai *tolerance* untuk variabel Pengetahuan sebesar 0,659, untuk variabel Persepsi sebesar 0,659. Maka variabel tersebut menunjukkan bahwa nilai *tolerance* > 0,10, artinya dapat disimpulkan bahwa model regresi dari penelitian ini tidak terjadi gejala multikolinieritas.
2. Dari nilai VIF untuk variabel Pengetahuan sebesar 1.518, untuk variabel Persepsi sebesar 1.518. Maka seluruh variabel tersebut menunjukkan bahwa nilai VIF < 10, jadi dapat disimpulkan tidak ada

multikolinieritas antar variabel independen dalam model regresi penelitian ini.

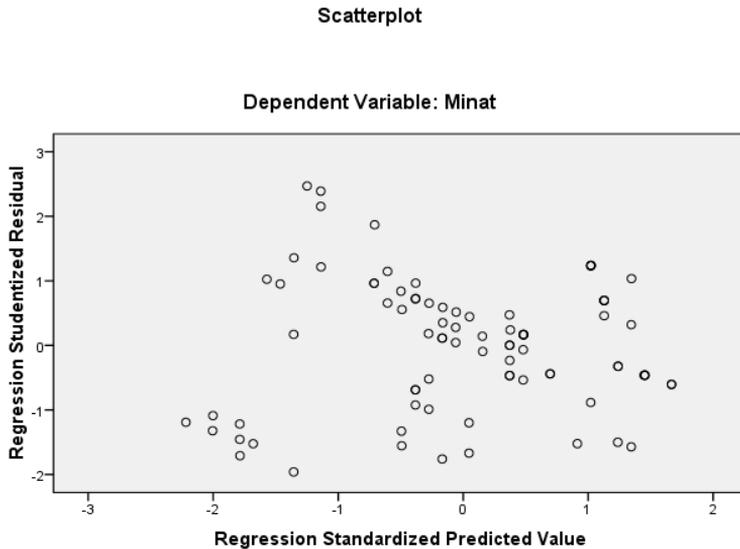
4.3.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas yakni dengan Melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikt (depen den) yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Deteksi ada tidaknya Heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual (Y prediksi $-Y$ sesungguhnya) yang telah-studentized.

Dasar analisisnya :

1. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada bentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit). Maka mengindikasi telah terjadi heterodasitisitas.
2. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterodasitisitas.

Gambar 4.6
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: data primer oleh spss, 2021

Dalam grafik scatterplot pada tabel diatas, terlihat titik-titik menyebar secara acak (random) baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

4.3.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan dalam penelitian ini dengan tujuan untuk mengetahui sejauh

mana pengaruh variabel independen atau variabel bebas yaitu Pengetahuan (X1) dan Persepsi (X2) terhadap variabel dependen atau variabel terkait yaitu Minat (Y). Perhitungan statistik dalam analisis regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan bantuan program komputer *SPSS for Windows* versi 16.0. Hasil pengolahan data dengan menggunakan program SPSS selengkapnya ada pada lampiran dan selanjutnya dijelaskan tabel berikut ini :

Tabel 4.5
Hasil Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	10,677	2,508		4,258	,000
Pengetahuan	,293	,167	,200	1,749	,084
Persepsi	,591	,170	,398	3,478	,001

a. Dependent Variable:
Minat

Sumber: data primer oleh spss,2021

Dari hasil penelitian pada model persamaan regresi tersebut dapat dirumuskan berupa persamaan regresi seperti di bawah ini:

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

Keterangan:

- Y : Minat Menabung
 a : Nilai Konstanta
 b₁ b₂ : Variabel Independen
 X₁ : Pengetahuan
 X₂ : Persepsi
 e : eror

Maka, $Y = 10,667 + 0,293 X_1 + 0,591 X_2 + e$

1. Nilai konstanta sebesar 10,667 mengandung arti bahwa nilai konsisten variabel Pengetahuan dan Persepsi adalah sebesar 10,667.
2. Pengetahuan (X_1) terhadap minat menabung di lembaga keuangan syariah(Y).

Koefisien regresi variabel pengetahuan bernilai positif sebesar 0,293. Artinya jika variabel pengetahuan ditingkatkan dalam hal ini pengetahuan tentang perbankan syariah ditingkatkan, pengetahuan mengenai riba semakin ditingkatkan, pengetahuan mengenai produk perbankan syariah semakin di pahami oleh mahasiswa. Maka minat mahasiswa untuk menabung di lembaga keuangan syariah akan bertambah sebesar 29,3%.

3. Persepsi (X_2) terhadap minat menabung di lembaga keuangan syariah(Y).

Koefisien regresi dari variabel persepsi menunjukkan hasil positif sebesar 0,591. Artinya jika variabel persepsi ditingkatkan dalam hal ini persepsi kemanfaatan di tingkatkan, persepsi mengenai kemudahan ditingkatkan dan persepsi resiko ditingkatkan. Maka minat mahasiswa untuk menabung di lembaga keuangan syariah akan bertambah sebesar 59,1%.

4.3.4 Uji Hipotesis

4.3.4.1 Uji F (Simultan)

Penelitian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan uji F digunakan untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh variabel-variabel independen secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen.⁴Dengan hipotesis sebagai berikut:

1. H_0 : variabel-variabel bebas pengetahuandan persepsi tidak mempunyai pengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya yaitu minat menabung.

⁴ Algifari, *Statistika Induktif Untuk Ekonomi Dan Bisnis*, Yogyakarta: AMP YKPN, 2003, h.231

2. Ha: variabel-variabel bebas yaitu pengetahuan dan persepsi mempunyai pengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya yaitu minat menabung.

Maka berdasarkan hasil uji F dengan menggunakan tingkat kepercayaan =95% (0,05). Dasar pengambilan keputusannya adalah apabila probabilitas signifikansi $> 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Dan apabila probabilitas signifikansi $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.6
Hasil Uji Hipotesis Uji F
ANOVA^b

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	624,789	2	312,394	16,907	,000 ^a
Residual	1515,164	82	18,478		
Total	2139,953	84			

a. Predictors: (Constant), Persepsi, Pengetahuan

b. Dependent Variable: Minat

Sumber : data primer oleh spss, 2021

tabel output SPSS di atas dapat diketahui bahwa nilai $f_{hitung} = 16,907$ dengan nilai sig= 0,000. Diketahui jumlah f_{tabel} adalah $f_{tabel} = f(k; n-k) = f(2; 83) = 3,11$. Maka $0,000 < 0,05$ dan $16,907 > 3,11$, hal ini memberi kesimpulan bahwa H_a diterima dan H_o ditolak. Artinya, variabel-variabel bebas yaitu pengetahuan dan persepsi mempunyai pengaruh yang positif secara bersama-sama terhadap minat menabung di bank syariah.

4.3.4.2 Uji T (Parsial)

Uji T digunakan untuk menguji model regresi pada setiap variabel secara bagian. Penjelasan dari masing-masing uji dapat dilihat seperti di bawah ini:

Tabel 4.7
Hasil Uji Hipotesis Uji T (Parsial)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	10,677	2,508		4,258	,000		
Pengetahuan	,293	,167	,200	1,749	,084	,659	1,518
Persepsi	,591	,170	,398	3,478	,001	,659	1,518

a. Dependent Variable:
Minat

Sumber : data primer yang diolah spss,2021

Dari tabdari data output di atas dapat dijelaskan bahwa:

1. Diketahui $t_{tabel} = t(\alpha/2 ; n-k-1) = t(0,05/2 ; 85-2-1) = t(0,025 ; 82)$. Sehingga diketahui t_{tabel} sebesar 1,989 (lihat pada lampiran). Dan menggunakan tingkat minat= 95% (0,05).
2. Dasar pengambilan keputusan uji T adalah apabila angka probabilitas signifikansi $> 0,05$ dan $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Apabila angka probabilitas signifikansi $< 0,05$ dan $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Penjelasan tentang output hasil SPSS dan pembuktian hipotesis:

1. Pengaruh variabel Pengetahuan (X1) terhadap Minat menabung (Y)
hipotesis uji yang dilakukan adalah:
 - 1) H_0 : variabel Pengetahuan tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Minat menabung.
 - 2) H_a : variabel Pengetahuan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat menabung.

Berdasarkan hasil uji T di atas variabel pengetahuan memiliki nilai $t_{hitung} = 1,749$ dan nilai $sig = 0,84$. Dan telah diketahui $t_{tabel} = 1,989$. Maka nilai signifikan lebih besar dari 0,05 atau ($0,84 > 0,05$) dan t_{hitung} kurang dari t_{tabel} ($1,749 < 1,989$). Sehingga pada variabel pengetahuan (X1) tidak berpengaruh signifikan pada minat (Y). Hal ini dapat disimpulkan bahwa Hipotesis H_a ditolak dan H_o di terima.

2. Pengaruh Persepsi (X2) terhadap Minat menabung (Y).

hipotesis uji yang dilakukan adalah:

- 1) H_o : variabel persepsi tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat menabung.
- 2) H_a : variabel persepsi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat menabung.

Berdasarkan hasil uji T di atas variabel persepsi memiliki nilai $t_{hitung} = 3,478$ dan nilai $sig = 0,001$. Dan telah diketahui $t_{tabel} = 1,989$. Maka, $0,001 < 0,05$ dan $3,478 > 1,989$. Sehingga, pada variabel persepsi (X2) berpengaruh signifikan pada variabel

minat(Y). Hal ini dapat disimpulkan bahwa hipotesis H_a diterima dan H_o ditolak.

4.3.4.3 Koefisien Determinasi (R^2)

Untuk mengetahui besarnya pengaruh pengetahuan dan persepsi terhadap minat menabung di bank syariah dapat diketahui dari besarnya koefisien determinasi berganda pada tabel berikut:

Tabel 4.8
Hasil Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,540 _a	,292	,275	4,299	1,995

a. Predictors: (Constant), Persepsi, Pengetahuan

b. Dependent Variable: Minat

Sumber : data primer oleh spss, 2021

Hasil dari tabel di atas menunjukkan bahwa variabel independen yaitu pengetahuan produk dan juga persepsi perbankan syariah hanya mampu menjelaskan variabel dependen sebesar 29,2% dan sisanya 70,8% di jelaskan oleh variabel lainya yang tidak di masukan dalam model regresi.

4.4 Pembahasan Hasil Penelitian

4.4.1 Pengaruh Nilai Konstanta terhadap Minat menabung di Bank Syariah

Nilai Konstanta sebesar 10,667, menunjukkan pengaruh positif variabel independen (Pengetahuan Produk dan Persepsi). Artinya jika variabel independen meningkat atau berpengaruh sebesar 10,667 maka variabel minat menabung akan meningkat juga.

4.4.2 Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap Minat menabung di bank syariah

Variabel pengetahuan produk memiliki indikator pendukung yaitu faktor-faktor dari karakteristik individu seperti: pengetahuan perbankan, pengetahuan riba dan produk perbankan. Indikator tersebut digunakan sebagai data pernyataan yang dibagikan kepada anggota dari sampel penelitian.

Hasil uji empiris pengaruh pengetahuan produk terhadap minat menabung menunjukkan nilai t_{hitung} kurang dari t_{tabel} yaitu $1,479 < 1,989$ dan nilai signifikansinya sebesar $0,84 > 0,05$. Artinya bahwa pada variabel X1 (pengetahuan) tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menabung (Y). Hal ini menyimpulkan

bahwa hipotesis H_a ditolak dan H_o diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel pengetahuan mahasiswa tentang produk lembaga keuangan syariah tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah di bank syariah.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Mahgalena, Wahab, Choirul Huda (2021) dengan hasil variabel pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung pada bank syariah dan M Aminudin (2016) dengan hasil yang menunjukkan bahwa variabel pengetahuan berpengaruh negatif terhadap minat santri dalam memilih produk bank syariah.

4.4.3 Pengaruh Persepsi Terhadap Minat menabung di bank syariah

Variabel Persepsi memiliki indikator pendukung yaitu faktor-faktor dari karakteristik individu seperti : manfaat, kemudahan dan resiko. Indikator tersebut digunakan sebagai data pernyataan yang dibagikan kepada anggota dari sampel penelitian.

Hasil uji empiris pengaruh persepsi terhadap minat menabung menunjukkan nilai t_{hitung} lebih besar

dari t_{tabel} yaitu $3,478 > 1,989$ dan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$. Sehingga variabel X_2 (persepsi) berpengaruh signifikan pada Y (minat). Hal ini menyimpulkan bahwa hipotesis H_a diterima dan H_o di tolak.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Nurngaeni (2018) dengan hasil yang menunjukkan bahwa variabel persepsi berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa dalam memilih produk bank syariah

4.4.4 Pengaruh Pengetahuan Produk dan Persepsi Terhadap Minat menabung di bank syariah

Berdasarkan uji F (ANOVA), didapatkan nilai F_{hitung} sebesar 16,907 dengan probabilitas 0,000 . Karena nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} , yaitu $16,907 > 3,11$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$, maka dapat dikatakan bahwa variabel pengetahuan (X_1), persepsi (X_2), secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap keputusan minat menabung di bank syariah.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan dari penelitian pengaruh *product knowledge* dan *perseption of syariah banking* terhadap kemudahan penggunaan minat *saving money* di lembaga keuangan syariah, sesuai dengan batasan perumusan masalah di awal maka peneliti menarik kesimpulan sebagaimana berikut :

1. Berdasarkan dengan hasil olah data secara parsial untuk Variabel Pengetahuan (X1) memiliki hasil bahwa tidak berpengaruh signifikan pada variabel Minat menabung (Y) dan hal ini sejalan dengan Hipotesis bahwa H_a di tolak dan H_o diterima dengan hasil uji signifikansi Uji T (secara parsial) $0,084 > 0,05$ dan nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu ($1,749 < 1,989$).
2. Berdasarkan dengan hasil olah data secara parsial terhadap Variabel Persepsi (X₂) memiliki Pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung (Y) atau dalam hal ini sejalan dengan hipotesis bahwa H_a diterima dengan kesimpulan hasil Uji nilai signifikansi uji T Variabel

Persepsi adalah sebesar $0,001 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $(3,478 > 1,989)$.

3. Untuk pengujian variabel Pengetahuan (X1) dan variabel persepsi (X2) yang di ujikan secara simultan (Bersamaan) terhadap minat (Y) memiliki hasil bahwa H_a diterima dan H_o ditolak dengan kesimpulan bahwa Variabel X1 dan X2 berpengaruh positif signifikan secara simultan terhadap Y. Dengan hasil $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($16,907 > 3,11$) dan dengan tingkat signifikansi $0,00 < 0,05$.

5.2 Saran

Pada sebuah penelitian, seorang peneliti setidaknya mendapatkan sesuatu yang bermanfaat dan berguna bagi perkembangan ilmu pengetahuan, instansi, atau lembaga berbagai pihak yang terkait dalam penelitian ini. Adapun saran yang peneliti berikan setelah meneliti masalah dalam penelitian ini antara lain:

1. Bagi lembaga keuangan syariah:

Walaupun dalam penelitian ini pengetahuan produk tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung penulis tetap menyarankan kepada semua bank umum syariah perlu adanya penambahan beberapa kantor cabang unit syariah diwilayah yang strategis dan selalu meningkatkan sosialisasi terkait produk-produk yang ada di

lembaga keuangan syariah khususnya perbankan syariah dengan cara penyuluhan, pemberian beasiswa, penyelenggaraan seminar, membuka peluang karir atau magang terutama kepada mahasiswa Fakultas Ekonomi di setiap Universitas khususnya di Sekolah-sekolah Tinggi Agama Islam agar menjadi peluang segmentasi yang luas.

2. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu tambahan referensi mengenai keputusan menjadi nasabah di bank syariah dan bagi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk meneliti dengan topik yang sama, diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini dengan cara menambah variabel atau menambahkan teori dan metode yang baru yang lebih lengkap dan akurat sehingga diperoleh kesimpulan yang lebih baik. tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan menjadi nasabah di bank syariah. .

DAFTAR PUSTAKA

Kasmir.2012. *Bank dan Lemabaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: Raja Wali Pers.

Ascarya.2006. *Akad dan Produk Bank Syariah:Konsep dan Praktek di Beberapa Negara*. Jakarta:PT Raja Grafindo.

Haroni, Nababan dan Denisa, 2013. *Analisi Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Masyarakat Kecamatan Medan Helvetia Dalam Memilih Lembaga Keuangan Sebagai Sumber Pendanaan*. Jurnal Ekonomi dan Keuangan, Vol. 1

Mardani, Dede Aji, 2018. *Peran Perbankan Syariah dalam Mengimplementasikan Keuangan Inklusif di Indonesia*. Jurnal al-Afkar, Vol. 1

Muhammad. 2005. *Bank Syariah*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Syafe'i, M Antonio.1997. *Apa dan Bagaimana Bank Islam*. Yogyakarta : PT. Dana Wakaf.

Nadrattuzaman, Muhammad.2013. *Produk Keuangan Islam di Indonesia dan Malaysia*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.

Rianto, Bambang Rustam.2013. *Manajemen Risiko Perbankan Syariah di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.

Susanto, Burhanuddin. 2018. *Hukum Perbankan Syariah di Indonesia*. Yogyakarta: UII Pres.

Adimarwan A, Karim. 2010. *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

Tri, Hendro, Conny Tjandra Raharja. 2014. *Bank dan Institusi Keuangan Non Bank di Indonesia*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.

Sadi, Muhamad. 2015. *Konsep Hukum Perbankan Syariah*. Malang: Setara Press.

Lasmiatun. 2010. *Perbankan Syariah*. Semarang: LPSDM.RA KARTINI.

Al-Qur'an dan Terjemahannya. Bandung: CV Diponegoro. 2005

Puspoprano, Sawaldjo. 2004. *Keuangan Perbankan dan Pasar Keuangan*, Jakarta: Pustaka LP3ES Indonesia.

Muhammad. 2006. *Dasar-Dasar Manajemen Bank Syariah*. Yogyakarta: UII Press.

Rakhmad ,Jalaludin. 1999 *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Khairani , Makmun. 2016. *Psikologi Umum*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo.

Desi Anita, Hamidah Siti, “*Analisis Persepsi Citra Merek, Desain, Fitur dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Produk handphone Samsung Berbasis Android*”, JURNAL EKONOMI, VOL.21,

Simbolon Maropen. 2008 “*persepsi dan kepribadian*” JURNAL EKONOMI dan BISNIS, VOLUME 2, NOMER 1

Imron dan Bambang Hendrawan.2017. “*Pengaruh Persepsi Masyarakat Batam Tentang Bnak Syariah Terhadap Minat Menggunakan Produk Syariah*” *Journal of Business Administration Volume 1*.

Mamang , Etta Sangadji dan Sopiah.2013. *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Peneletian*, Yogyakarta:Andi

Mahmudah , Siti.2011. *Psikologi Sosial Teori Dan Model Penelitian*.Malang: UIN Maliki press

Bawa, Ciga Laksana dk. 2015. *Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Resiko dan Persepsi Kesesuaian Terhadap Minat Menggunakan Mobil Banking*, Jurnal Administrasi Bisnis, VOL.26.

Sutedi , Andrian. 2011. *Pasar Modal Syaria*. Jakarta: Sinar Grafika.

Kamus Besar Bahasa Indonesia

Kotler, Philip.2000. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Bahasa Indonesia, jilid 2, Jakarta: Prenhalindo.

Soekidjo, Notoadmodjo. 2010. *Metode Penelitian kesehatan*. edisi revisi. Jakarta: Rinneka cipta.

Roslina.2009. *Pengaruh Pengetahuan Produk dan Citra Merek Terhadap Pembelian Produk*. Jurnal Bisnis dan Manajemen, Vol. 10

Hendro Tri, Conny Tjandra Raharja. 2014. *Bank dan Institusi Keuangan Non Bank di Indonesia*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.

Moeliono , Anton M, dkk. 1999. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka.

Tim Penyusun Kamus. 1990. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.

Benson ,Nigel C. dan Simon Grove. 2000. *Mengenal Psikologi For Beginners*. Bandung: Mizan.

Shalahuddin , Mahfudh. 1990. *Pengantar Psikologi Pendidikan*. Surabaya: PT. Bina Ilmu.

Sabri, Alisuf. 1996. *Psikologi Pendidikan*. Jakarta: Pedoman Ilmu Jaya.

Engel, James F. Roger D. Blackwell, dan Paul W. Miniard. 2012. *Perilaku Konsumen* jilid 2, alih bahasa Budijanto, Edisi Ke-6 Jakarta : Karisma Publisng.

T.C , Kinner dan J.R Taylor. 1992. *Riset Pemasaran Pendekatan Terpadu* . edisi ke-3 Jakarta : Erlangga.

Harmanto 2006. *Survai Minat Siswa SLTP Negeri dan Swasta Kecamatan Bantarkawung Kabupaten Berbes Terhadap Aktra Kulikuler Bola Voli Tahun Ajaran 2004*. Skripsi. Semarang: Universitas Negeri Semarang, Fakultas Ilmu Keolahragaan.

Crow & Crow. 1980. *Pisikologi Pendidikan*. Surabaya: Bina Ilmu

T, Aromasari. 1991. *Hubungan Antara Sikap Terhadap Minat Mahasiswa*. Skripsi. Fakultas Pisiologi Universitas Gajah Mada

Alma , Buchari. 2011. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV. Alfabeta.

Sabri , M Alisuf. 1993. *Penganfar Psikologi Umum & Perkembangan*. Jakarta: Pedoman ilmu Jaya.

Kurtono , Kartini. 1997. *Patologi Sosial 3, Gangguan – Gangguan Kejiwaan*. Jakarta: PT.RajaGrafindo Persada.

Abror, AbdurRahman. 1993. *Psikologi Pendidikan*. Yogyakarta: PT. Tiara Wacana

Dwimastia, Harlan. 2014. *Pengaruh kemudahan penggunaan kepercayaan dan risiko persepsian terhadap minat bertransaksi menggunakan E-Banking*, Skripsi.

Jogianto. 2001. *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: ANDI.

Bungin, M. Burhan. 2011. *Metodologi Penelitian Kuantitatif (ed. kedua cet. ke-enam)*, Jakarta: Kencana.

Martono, Nanang. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.

Siregar, Syofian. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*, Jakarta: Kencana.

Sugiono. 2011. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Jakarta: Cv. Alfabeta.

Ghazali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Semarang: Badan Penerbit Undip.

Priyatn, Duwi priyatno. 2010. *teknik mudah dan cepat melakukan analisis data penelitian*. Yogyakarta: gaya media.

Algifari. 2003. *Statistika Induktif Untuk Ekonomi Dan Bisnis*. Yogyakarta: AMP YKPN

Mujaddid, Ade Yusuf.Dkk.2021.*Pengaruh Pendapatan Margin dan Bagi Hasil Terhadap Laba Bersih yang dicapai di BRI Syariah.* jurnal Keuangan dan Perbankan Islam. vol 3. no 1.

El-Junusi,Rahman.Dkk.2021.*Hubungan Pembiayaan UMKM dan non UMKM, Jumlah Kantor Bank Syariah Terhadap Produk Domestik Regional Bruto.* Jurnal Keuangan dan Perbankan Isla.,vol.3. no.1

Sari,Cita. 2019.*Peer to Peer Lending Against Ease of Business TechnologyAcceptance Model (TAM) Approach.*Jurnal Ekonomi Islam. vol.10 no.2

Huda,Choirul.2021.*Factors Affecting Student Interest Of Al-Quran Wonosobo Science University To Saving In A Syariah Bank.*Jurnal Keuangan dan Perbankan.vol 3. no 1

<http://ferdy-nasum.blogspot.com/2011/metode-pengumpulan-data-kuantitatif.html>

<https://tafsirweb.com/1262-quran-surat-ali-imran-ayat-130.html>

<https://tafsirweb.com/851-quran-surat-al-baqarah-ayat-219.html>

<https://tafsirweb.com/1262-quran-surat-al-baqarah-ayat-188.html>

<https://tafsirweb.com/1041-quran-surat-al-baqarah-ayat-275.html>

LAMPIRAN

1. Karakteristik Responden

- a. Nama
- b. Nim :.....
- c. Jenis Kelamin: Lakaki-laki Perempuan

2. Variabel Penelitian

Petunjuk Pengisian :

Berilah tanda ceklist (√) pada jawaban yang telah tersedia sesuai dengan pendapat anda, dengan alternatif jawaban sebagai berikut :

SS : Sangat Setuju S : Setuju

TS : Tidak Setuju STS : Sangat Tidak Setuju

1. Pengetahuan Mahasiswa tentang Perbankan Syariah (X1)

No	Pertanyaan	SS	S	TS	STS
1	Saya mengerti perbedaan antara Bank Syariah dan Bank Konvensional				
2	Saya mengetahui dan memahami apa itu perbankan Syariah				
3	Saya mengetahui produk-produk dari Bank Syariah dengan itu saya sudah menabung di bank syariah				
4	Bank Syariah adalah bank yang berdasarkan nilai islam, tidak mengenal Riba / Bunga				
5	Pengetahuan mengenai Riba membuat saya menabung di Bank Syariah				
6	Wadi'ah adalah produk penghimpunan dana dari perbankan syariah yang sifatnya titipan				
7	Dalam konsep pembiayaan di perbankan syariah menggunakan akad ijarah				
8	Perbankan syariah memberikan pembiayaan kepada nasabah dengan metode bagi hasil berdasarkan akad mudharabah				

2. Persepsi Mahasiswa Tentang Perbankan Syariah

No	Pertanyaan	SS	S	TS	STS
1	Mahasiswa memahami benar terkait kemanfaatan perbankan syariah				
2	Produk perbankan syariah memberikan kemudahan kepada mahasiswa dalam transaksi				
3	Produk perbankan syariah memiliki kelebihan di bandingkan bank konvensional				
4	Lokasi bank syariah dekat dengan area kampus				
5	Penempatan uang di perbankan syariah lebih memberikan kemudahan				
6	Mahasiswa lebih memilih menabung di bank syariah untuk menghindari resiko riba				
7	Menabung diperbankan syariah tidak memberikan keuntungan finansial yang lebih				
8	Mahasiswa menganggap menabung di bank di bank konvensional memberikan resiko yang lebih tinggi dari				

3. Minat Menabung di Bank Syariah

No	Pertanyaan	SS	S	TS	STS
1	Saya menganggap menyimpan uang di Bank Syariah sebagai sarana untuk tujuan jangka panjang				
2	Saya akan menabung di bank syariah untuk masa depan				
3	Saya menabung di bank syariah untuk beberapa bulan kedepan				
4	Saya menabung di bank syariah bertujuan untuk menghemat pengeluaran tak terduga				
5	Saya ingin menyimpan uang di bank syariah untuk mengantisipasi pengeluaran tidak terduga				
6	Saya terkadang mengambil kemungkinan terburuk untuk menyimpan uang di Bank Syariah hanya untuk kepuasan rasa keingintahuan				
7	Demi suatu tujuan dalam kehidupan saya berusaha mengambil resiko dengan menyimpan uang di bank syariah				
8	Jika saya ingin mencapai banyak keuntungan maka saya berniat untuk mengambil resiko				
9	Saya menganggap belum perlu untuk menggunakan produk perbankan syariah				
10	Saya anggap menabung di perbankan syariah sebagai kegiatan yang membosankan				
11	Saya anggap menabung di Bank Syariah sebagai suatu keadaan yang tidak perlu				

Data Responden Variabel X1 (Pengetahuan)

NO	JK	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	SKOR
1	2	1	2	2	1	2	1	1	1	11
2	2	2	1	3	2	3	2	2	2	17
3	2	1	2	2	1	2	3	2	3	16
4	2	3	2	2	1	2	2	3	2	17

5	2	1	3	1	2	1	1	2	1	12
6	1	2	2	3	2	2	2	2	2	17
7	1	1	2	2	3	4	2	3	2	19
8	1	1	3	2	3	4	2	3	2	20
9	1	1	2	4	1	3	1	1	1	14
10	1	1	1	1	2	2	2	3	1	13
11	1	2	2	2	1	2	1	3	2	15
12	1	1	2	1	3	1	2	1	1	12
13	1	1	1	1	1	1	1	1	3	10
14	2	2	1	2	2	2	2	2	2	15
15	2	2	1	3	1	3	3	2	2	17
16	1	1	2	2	2	2	1	1	1	12
17	2	2	2	3	2	2	2	2	1	16
18	2	2	2	2	2	2	2	2	2	16
19	1	2	2	2	2	2	2	2	2	16
20	1	1	2	1	2	1	1	2	1	11
21	1	1	2	3	2	2	2	2	2	16
22	1	2	3	2	3	3	3	3	3	22
23	1	1	1	2	1	2	1	1	1	10
24	2	2	2	2	2	2	2	2	2	16
25	2	2	2	2	3	3	2	2	2	18
26	1	2	2	2	1	2	1	3	2	15
27	2	1	1	1	1	1	1	1	1	8
28	2	1	1	1	1	1	1	1	1	8
29	1	2	2	2	2	2	2	2	2	16
30	1	2	2	3	2	3	3	2	2	19
31	1	1	2	2	3	4	2	2	2	18
32	1	2	2	3	2	3	2	2	3	19

33	1	1	2	3	1	3	1	1	1	13
34	1	1	1	1	1	2	2	3	1	12
35	2	2	3	2	3	3	3	3	3	22
36	1	1	1	3	1	2	1	1	1	11
37	1	2	2	2	2	2	2	3	2	17
38	2	1	1	3	3	3	3	2	1	17
39	2	2	1	2	2	2	2	3	2	16
40	1	2	2	3	2	3	3	2	1	18
41	2	1	2	2	3	4	2	3	2	19
42	1	2	3	3	2	3	2	2	2	19
43	1	1	2	3	1	3	1	1	1	13
44	1	1	1	1	1	2	2	3	1	12
45	1	2	2	2	3	3	2	2	2	18
46	1	1	2	2	3	2	1	1	1	13
47	1	2	3	3	2	2	2	2	1	17
48	1	2	2	3	2	3	2	2	3	19
49	2	2	2	2	3	2	2	3	2	18
50	1	1	3	1	2	1	1	2	1	12
51	1	1	2	3	2	2	2	2	2	16
52	2	2	3	2	3	3	3	3	3	22
53	1	2	2	2	3	3	2	3	1	18
54	1	1	2	3	2	2	2	2	2	16
55	2	2	2	2	3	3	2	2	3	19
56	1	2	2	2	1	2	1	3	2	15
57	2	1	1	3	1	1	1	1	1	10
58	2	2	1	3	1	2	2	2	1	14
59	1	1	2	3	1	3	1	1	2	14
60	1	2	1	1	1	2	2	3	2	14
61	2	1	2	2	2	2	1	1	1	12

62	1	2	1	1	2	1	2	1	1	11
63	1	1	2	1	2	1	1	2	3	13
64	1	2	2	2	1	2	1	3	2	15
65	1	1	1	2	1	1	2	1	1	10
66	1	1	1	1	1	1	1	1	1	8
67	1	2	2	2	2	2	2	2	2	16
68	1	2	2	3	2	3	3	2	1	18
69	2	2	1	3	2	3	2	2	3	18
70	2	3	2	2	2	3	2	2	2	18
71	1	1	1	2	2	2	1	1	1	11
72	2	2	2	3	2	1	2	2	1	15
73	2	2	2	3	2	3	3	2	2	19
74	2	1	2	2	3	4	2	2	2	18
75	2	1	2	1	2	1	1	2	1	11
76	1	1	1	2	1	2	1	1	1	10
77	2	2	2	3	2	2	3	2	2	18
78	1	1	1	2	1	2	1	1	1	10
79	1	1	2	3	2	2	2	1	2	15
80	2	2	3	2	3	3	3	3	3	22
81	1	1	1	1	1	2	2	3	1	12
82	2	3	2	2	3	2	2	2	2	18
83	2	2	1	2	2	2	2	3	2	16
84	1	2	1	3	2	3	2	3	3	19
85	1	1	2	3	1	3	1	1	1	13

Data Responden Variabel X2

No	JK	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	SKOR
1	2	3	2	1	2	2	2	4	2	18
2	2	2	2	2	1	1	4	2	2	16
3	2	2	3	4	3	4	1	2	3	22
4	2	3	2	2	3	3	3	3	3	22
5	2	2	3	2	2	2	2	3	2	18
6	1	1	2	3	2	2	4	2	2	18
7	1	1	2	2	1	1	2	2	1	12
8	1	1	2	2	1	1	2	2	1	12
9	1	3	3	1	1	2	1	2	3	16
10	1	1	1	2	1	1	2	2	2	12
11	1	2	2	2	2	2	3	3	3	19
12	1	1	1	2	1	1	2	3	1	12
13	1	1	1	1	2	1	2	1	2	11
14	2	2	2	2	2	2	1	3	2	16
15	2	2	1	3	2	3	3	3	3	20
16	1	2	2	2	2	2	2	2	2	16
17	2	2	2	2	1	1	2	2	2	14
18	2	2	3	4	3	4	1	2	3	22
19	1	2	2	2	3	3	3	3	3	21
20	1	2	3	2	2	2	2	3	2	18
21	1	1	2	3	2	2	2	2	2	16

22	1	3	3	2	2	2	3	3	2	20
23	1	1	1	2	1	2	2	1	2	12
24	2	2	2	2	2	2	2	2	2	16
25	2	2	2	2	2	2	2	2	3	17
26	1	2	2	2	2	2	3	3	3	19
27	2	1	1	2	1	1	2	1	1	10
28	2	1	1	1	2	1	2	1	2	11
29	1	2	2	2	2	2	2	3	2	17
30	1	2	2	3	2	3	3	3	3	21
31	1	1	2	2	1	1	2	2	1	12
32	1	2	3	2	2	2	3	3	3	20
33	1	3	3	1	1	2	1	2	3	16
34	1	1	1	2	1	1	2	2	2	12
35	2	3	3	2	2	3	3	3	2	21
36	1	1	1	2	1	2	2	1	2	12
37	1	2	3	2	2	3	2	2	2	18
38	2	3	2	2	2	2	3	2	3	19
39	2	2	1	2	2	1	2	3	2	15
40	1	2	1	3	2	3	3	3	3	20
41	2	1	2	2	1	1	2	2	1	12
42	1	2	3	2	2	2	3	3	3	20
43	1	3	3	1	1	2	1	2	3	16
44	1	1	1	2	1	1	2	3	2	13
45	1	2	1	2	2	2	2	2	3	16
46	1	1	2	2	2	2	3	2	2	16
47	1	2	2	2	1	1	2	4	2	16
48	1	2	3	2	2	2	3	3	3	20
49	2	1	2	2	3	3	3	3	3	20

50	1	2	3	2	2	2	2	3	4	20
51	1	1	2	3	2	4	2	2	2	18
52	2	3	3	2	2	2	3	3	2	20
53	1	2	1	2	2	2	2	3	3	17
54	1	3	2	2	2	1	4	2	2	18
55	2	2	3	2	2	2	2	2	3	18
56	1	2	2	2	2	2	3	3	3	19
57	2	1	1	2	1	1	2	1	1	10
58	2	3	2	2	1	1	2	2	2	15
59	1	3	3	1	1	2	1	2	3	16
60	1	1	1	2	1	1	2	4	2	14
61	2	2	2	2	2	2	3	2	2	17
62	1	1	1	1	2	1	2	1	2	11
63	1	2	3	2	2	2	2	3	2	18
64	1	2	2	2	2	2	3	3	3	19
65	1	1	1	2	1	1	2	2	1	11
66	1	1	1	1	2	1	3	1	2	12
67	1	3	2	2	2	2	2	3	2	18
68	1	2	2	3	2	3	3	3	3	21
69	2	2	3	2	2	2	3	3	3	20
70	2	2	3	4	3	4	1	2	3	22
71	1	3	2	2	2	2	2	2	2	17
72	2	3	2	2	1	1	2	3	2	16
73	2	2	2	3	2	3	3	3	3	21
74	2	1	2	2	1	1	2	2	1	12
75	2	1	3	2	2	2	2	3	2	17
76	1	1	1	2	1	2	3	1	2	13
77	2	2	2	2	2	3	2	2	2	17
78	1	1	1	2	1	2	2	1	4	14

79	1	1	2	3	2	2	2	2	2	16
80	2	3	3	2	2	3	3	3	2	21
81	1	1	1	2	1	1	2	2	3	13
82	2	2	3	4	3	4	1	2	3	22
83	2	2	2	2	3	3	3	3	3	21
84	1	2	3	2	2	2	3	3	3	20
85	1	3	3	1	1	2	1	2	3	16

Variabel Y

No	JK	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	SKOR
1	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	26
2	2	4	2	2	3	2	1	1	1	1	1	2	20
3	2	2	1	1	1	3	3	2	4	3	3	4	27
4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
5	2	2	2	3	2	2	3	2	2	3	3	3	27
6	1	2	1	1	2	2	2	3	2	3	3	3	24
7	1	3	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	28
8	1	2	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	27
9	1	3	1	2	1	2	2	3	2	1	2	3	22
10	1	3	2	2	3	3	2	3	3	3	4	4	32
11	1	2	2	2	2	2	2	2	2	3	4	4	27
12	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	13
13	1	3	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	15

14	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	25
15	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	21
16	1	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	26
17	2	2	2	2	3	2	1	1	1	1	1	1	2	18
18	2	2	1	1	1	3	3	2	4	3	3	4	4	27
19	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
20	1	2	2	3	2	2	3	2	2	3	3	3	3	27
21	1	2	2	1	2	2	2	3	2	3	3	3	3	25
22	1	3	3	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	27
23	1	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	25
24	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3	26
25	2	3	3	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	26
26	1	2	2	2	2	2	2	2	2	3	4	4	4	27
27	2	3	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	14
28	2	3	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	15
29	1	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	25

30	1	1	2	2	3	3	2	3	3	3	4	4	30
31	1	2	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	27
32	1	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	31
33	1	1	1	2	1	2	2	3	2	1	2	3	20
34	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	22
35	2	3	3	2	2	2	3	2	2	2	3	3	27
36	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	25
37	1	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	3	26
38	2	3	3	3	1	2	2	3	2	2	2	2	25
39	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	25
40	1	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	24
41	2	1	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	26
42	1	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	31
43	1	2	1	2	1	2	2	3	2	1	2	3	21
44	1	3	2	2	3	3	2	3	3	3	4	4	32
45	1	3	3	3	2	2	2	3	2	2	2	2	26

46	1	3	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	27
47	1	2	2	2	3	2	1	1	1	1	1	1	2	18
48	1	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	30
49	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
50	1	2	2	3	2	2	3	2	2	2	3	3	3	27
51	1	2	2	1	3	2	2	3	2	3	3	3	3	26
52	2	3	3	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	27
53	1	1	3	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	24
54	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	24
55	2	3	3	3	1	2	2	3	2	2	2	2	2	25
56	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	4	4	27
57	2	3	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	14
58	2	1	2	2	3	2	1	1	1	1	1	1	2	17
59	1	1	1	2	1	2	2	3	2	2	1	2	3	20
60	1	3	2	1	3	3	2	3	3	3	3	4	4	31
61	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	27

62	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	14
63	1	2	2	3	2	2	3	2	2	3	3	3	27
64	1	2	2	2	2	2	2	2	2	3	4	4	27
65	1	3	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	14
66	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	13
67	1	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	25
68	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	22
69	2	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	33
70	2	2	1	1	1	3	3	2	4	3	3	4	27
71	1	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	27
72	2	2	2	1	3	2	1	1	1	1	1	2	17
73	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	22
74	2	3	2	2	1	2	3	2	3	3	3	3	27
75	2	3	2	3	2	2	3	2	2	3	3	3	28
76	1	4	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	27
77	2	4	2	3	2	2	2	2	2	3	3	3	28

78	1	3	2	2	3	2	2	2	2	3	3	3	27
79	1	2	2	1	2	2	2	3	2	3	3	3	25
80	2	3	3	2	2	2	3	2	2	2	3	3	27
81	1	2	2	2	3	3	2	3	3	3	4	4	31
82	2	2	1	1	1	3	3	2	4	3	3	4	27
83	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
84	1	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	31
85		2	1	2	1	2	2	3	2	1	2	3	21

**UJI VALIDITAS VARIEBEL X1
(PENGETAHUAN)**

Correlations

	item_1	item_2	item_3	item_4	item_5	item_6	item_7	item_8	skore_total
item_1 Pearson Correlation	1	,185	,207	,216*	,178	,470**	,454**	,428**	,602**
Sig. (2-tailed)		,090	,058	,047	,102	,000	,000	,000	,000
N	85	85	85	85	85	85	85	85	85
item_2 Pearson Correlation	,185	1	,126	,478**	,275*	,199	,236*	,283**	,546**
Sig. (2-tailed)	,090		,249	,000	,011	,068	,030	,009	,000
N	85	85	85	85	85	85	85	85	85
item_3 Pearson Correlation	,207	,126	1	-,008	,469**	,259*	-,153	,114	,417**
Sig. (2-tailed)	,058	,249		,944	,000	,017	,163	,298	,000

	tailed) N	85	85	85	85	85	85	85	85	85
item_4	Pearson Correlation	,216*	,478**	-,008	1	,417**	,470**	,308**	,330**	,650**
	Sig. (2-tailed)	,047	,000	,944		,000	,000	,004	,002	,000
	N	85	85	85	85	85	85	85	85	85
item_5	Pearson Correlation	,178	,275*	,469**	,417**	1	,427**	,300**	,364**	,719**
	Sig. (2-tailed)	,102	,011	,000	,000		,000	,005	,001	,000
	N	85	85	85	85	85	85	85	85	85
item_6	Pearson Correlation	,470**	,199	,259*	,470**	,427**	1	,461**	,422**	,742**
	Sig. (2-tailed)	,000	,068	,017	,000	,000		,000	,000	,000
	N	85	85	85	85	85	85	85	85	85
item_7	Pearson Correlation	,454**	,236*	-,153	,308**	,300**	,461**	1	,436**	,610**
	Sig. (2-tailed)	,000	,030	,163	,004	,005	,000		,000	,000
	N	85	85	85	85	85	85	85	85	85
item_8	Pearson Correlation	,428**	,283**	,114	,330**	,364**	,422**	,436**	1	,676**
	Sig. (2-tailed)	,000	,009	,298	,002	,001	,000	,000		,000
	N	85	85	85	85	85	85	85	85	85
skore_total	Pearson Correlation	,602**	,546**	,417**	,650**	,719**	,742**	,610**	,676**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	85	85	85	85	85	85	85	85	85

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

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

UJI VALIDITAS VARIABEL X2 (PRESEPSI)

Correlations

	item_1	item_2	item_3	item_4	item_5	item_6	item_7	item_8	skore_t otal
item_1 Pearson Correlation	1	,558**	-,128	,220*	,290**	,006	,386**	,375**	,584**

)											
	N	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85
item_7	Pears on Correlation Sig. (2-tailed)	,386**	,322**	,112	,272*	,189	,240*	1	,227*	,583**		
		,000	,003	,307	,012	,083	,027		,037	,000		
	N	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85
item_8	Pears on Correlation Sig. (2-tailed)	,375**	,298**	,152	,436**	,528**	,058	,227*	1	,647**		
		,000	,006	,165	,000	,000	,598	,037		,000		
	N	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85
skore_total	Pears on Correlation Sig. (2-tailed)	,584**	,637**	,477**	,749**	,789**	,286**	,583**	,647**	1		
		,000	,000	,000	,000	,000	,008	,000	,000			
	N	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85

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

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

UJI VALIDITAS VARIABEL MINAT (Y)

Correlations

	item_1	item_2	item_3	item_4	item_5	item_6	item_7	item_8	item_9	item_10	item_11	skore_total
item_1 Pearson Correlation	1	.255*	.129	.127	.017	.053	-.003	.011	.015	-.009	-.094	.210

item_8	Pearson Correlation	.011	.199	.077	.068	.798*	.743*	.547*	1	.641*	.644*	.726*	.778**
	Sig. (2- tailed)	.922	.068	.481	.536	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85
item_9	Pearson Correlation	.015	.281*	.117	.183	.471*	.570*	.341*	.641*	1	.833*	.723*	.757**
	Sig. (2- tailed)	.892	.009	.286	.094	.000	.000	.001	.000		.000	.000	.000
	N	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85
item_10	Pearson Correlation	-.009	.267*	.151	.171	.550*	.586*	.479*	.644*	.833*	1	.848*	.804**
	Sig. (2- tailed)	.936	.014	.168	.119	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85
item_11	Pearson Correlation	-.094	.153	.016	.155	.726*	.608*	.521*	.726*	.723*	.848*	1	.780**
	Sig. (2- tailed)	.390	.162	.887	.155	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85
skore_	Pearson Correlation	.210	.618*	.434*	.414*	.825*	.786*	.689*	.778*	.757*	.804*	.780*	1
total	Sig. (2- tailed)	.054	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85

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

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

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama Lengkap : Naeli Muftikhatur Rohmah
NIM : 1405026214
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Kelamin : Perempuan
Tempat, Tanggal Lahir : Grobogan, 20 Oktober 1995
Agama : Islam
Alamat : Dusun Sanggeh, Rt.03/Rw.03, Desa Tambirejo, Kec. Toroh, Kab. Grobogan.
Email : naelimuftikhatur@gmail.com
Pendidikan Formal :

- SDN 1 Tambirejo lulus Tahun 2008
- MTs Al-Hikmah lulus Tahun 2011
- MA Al-Hukmah lulus Tahun 2014
- Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walsongo Semarang 2014

Semarang, 30 Juni 2021

NAELI MUFTIKHATUR ROHMAH