

**PENGARUH PENGETAHUAN DAN MOTIVASI GURU MAN
TAMBAKBERAS JOMBANG TERHADAP MINAT DALAM MEMILIH
PRODUK-PRODUK BANK SYARIAH**

PROPOSAL SKRIPSI

Disusun Untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata S.1
dalam Ilmu Ekonomi Islam



Oleh:

MULIANA IRMAWATI AGUSTINA

NIM: 1705036140

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

2021

Dr. H. Ahmad Furqon, Lc.,M.A.
Henny Yuningrum,S.E.,M.Si.

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : 4 (empat) Eksemplar
Hal : Naskah Skripsi

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Walisongo
di Semarang

Assalaamu'alaikum Wr. Wb.

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

Nama : Muliana Irmawati Agustina

NIM : 1705036140

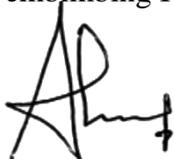
Judul Skripsi : Pengaruh Pengetahuan dan Motivasi Guru MAN Tambakberas
Jombang terhadap Minat dalam Memilih Produk-Produk Bank
Syariah

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

Wassalaamu'alaikum Wr. Wb.

Semarang, 7 Desember 2021

Pembimbing I



Dr. H. Ahmad Furqon, Lc.,M.A.

Pembimbing II



Henny Yuningrum,S.E.,M.Si.



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus III Ngaliyan (024) 7601291 Fax. 762691 Semarang 50185

PENGESAHAN

Nama : Muliana Irmawati Agustina
NIM : 1705036140
Judul Skripsi : Pengaruh Pengetahuan dan Motivasi Guru MAN Tambakberas Jombang terhadap Minat dalam Memilih Produk-Produk Bank Syariah.

Telah dimunaqasahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang dan dinyatakan lulus dengan predikat cumlaude/baik/cukup, pada tanggal. **27 Desember 2021.**

Dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) tahun akademik 2021/2022.

Semarang, 27 Desember 2021

Mengetahui,

Ketua Sidang

Dr.H. Muhammad Syaifullah, M.Ag
NIP. 197003211996031003

Sekretaris Sidang

Dr. H Ahmad Furqon, Lc, M.A
NIP. 19720416 200110 1001

Penguji Utama I

Muyassarah, M.Si
NIDN.2029047101



Penguji Utama II

Cita Sari Dja'akum, SH.I., ME
NIP.198204222015032004

Pembimbing I

Dr. H Ahmad Furqon, Lc, M.A
NIP. 19720416 200110 1001

Pembimbing II

Henny Yuningrum, S.E., M.Si
NIP. 19730217 200604 1001

MOTTO

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا.

Artinya: Dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebih-lebihan, dan tidak (pula) kikir, dan adalah (pembelanjaan itu) di tengah-tengah antara yang demikian.¹

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَانْتَقُوا اللَّهَ
إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan hendaklah setiap diri memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat), dan bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan.

¹ (Soenarjo, 2011)

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan syukur kepada Allah SWT, skripsi ini peneliti persembahkan untuk:

1. Kedua orang tua ku, tercinta yang telah mencurahkan segala kasih sayang kepada peneliti dan selalu memberi semangat, doa, wejangan-wejangan kepada peneliti, terimakasih karena selalu ada buat peneliti.
2. Kakaku yang selalu memberikan semangat dan doa kepada peneliti.
3. Teman-temanku prodi S1 Perbankan Syariah angkatan 2017 yang selalu memberikan semangat dan doanya kepada peneliti.
4. Serta almamaterku tercinta UIN Walisongo Semarang

DEKLARASI

Dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab, penulis menyatakan bahwa skripsi ini tidak berisi materi yang pernah ditulis oleh orang lain atau pernah diterbitkan oleh pihak manapun. Skripsi ini tidak berisi pemikiran orang lain, kecuali pemikiran para ahli yang ada di dalam buku untuk dijadikan sebagai bahan referensi penulis.

Semarang, 7 Desember 2021

Deklarator,



Muliana/Irmawati Agustina
1705036140

PEDOMAN TRANSLITERASI

Berdasarkan Surat Keputusan Bersama Menteri Agama RI dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI Nomor 158/1987 dan 0543b/U/1987, tanggal 22 Januari 1988.

1. Konsunan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	ba'	B	Be
ت	ta'	T	Te
ث	sa'	Š	Es (dengan titik diatas)
ج	Jim	J	Je
ح	ħa'	ħ	Ha (dengan titik dibawah)
خ	kha'	Kh	Ka dan Ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	Zet (dengan titik diatas)
ر	ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan Ye
ص	šād	š	Es (dengan titik di bawah)
ض	ḍaḍ	ḍ	De (dengan titik di bawah)
ط	ṭa'	ṭ	Te (dengan titik dibawah)
ظ	ẓa'	ẓ	Zet (dengan titik dibawah)
ع	'ain	'	Koma terbalik ke atas
غ	Gain	G	Ge
ف	fa'	F	Ef
ق	Qāf	Q	Qi
ك	Kāf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wawu	W	We
ه	ha'	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	ya'	Y	Ye

2. Konsunan rangkap karena Syaddah ditulis rangkap

عَدَّة	Ditulis	'iddah
--------	---------	--------

3. Ta' marbūṭah

a. Bila dimatikan ditulis h

هبة	Ditulis	Hibah
جزية	Ditulis	Jizyah

(ketentuan ini tidak diberlakukan terhadap kata- kata Arab yang sudah terserap ke dalam bahasa Indonesia, seperti shalat, zakat, dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya). Bila diikuti dengan kata sandang “al” serta bacaan keduanya terpisah, maka ditulis dengan “h”.

كرامة الأولياء	Ditulis	Karāmah al-auliyā'
----------------	---------	--------------------

b. Bila ta' marbūmah hidup atau dengan harakat fathah, kasrah, dan dammah ditulis “t”

زكاة الفطر	Ditulis	zakātul fiṭri
------------	---------	---------------

4. Vokal Pendek

◌ِ	Kasrah	Ditulis	I
◌َ	fathah	Ditulis	A
◌ُ	dammah	Ditulis	U

5. Vokal Panjang

fathah + alif → contoh: جا هلية	Ditulis	ā → jāhiliyah
fathah + alif layyinnah → contoh: يسعى	Ditulis	ā → yas'ā
kasrah + ya'mati → كرم	Ditulis	ī → karīm
dammah + wāwu mati → فر و ض	Ditulis	ū → furūḍ

6. Vokal Rangkap

fathah + ya' mati → contoh: بينكم	Ditulis	ai → bainakum
fathah + wāwu mati → contoh: لقو	Ditulis	au → qaulun

7. Huruf Sandang “al”

Kata sandang “al” ditransliterasikan dengan “al” diikuti dengan tanda penghubung “-” baik ketika bertemu dengan huruf qamariyyah maupun huruf syamsiyyah; contoh:

القلم	Ditulis	al-qalamu
الشمس	Ditulis	al-syamsu

8. Huruf Kapital

Meskipun tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital, tetapi dalam transliterasi huruf kapital digunakan untuk awal kalimat, nama diri, dan sebagainya seperti ketentuan EYD. Awal kata sandang pada nama diri tidak ditulis dengan huruf capital; contoh:

و ما محمد الارسول

Ditulis

Wa mā Muḥammadun illā
rasūl

ABSTRAK

Kehadiran bank syariah di tengah-tengah perbankan konvensional adalah untuk menawarkan sistem perbankan alternatif bagi umat Islam yang membutuhkan atau ingin memperoleh layanan jasa perbankan tanpa harus melanggar larangan riba. Perbankan yang berbasis syariah saat ini belum banyak dimengerti oleh masyarakat seperti bentuk kegiatan usaha, produk dan jasanya yang menyebabkan kurangnya minat untuk menggunakan jasa bank syariah. Penelitian ini bertujuan untuk: 1) mengetahui Adanya pengaruh pengetahuan Guru MAN Tambakberas Jombang terhadap minat dalam memilih produk-produk Bank Syariah, 2) mengetahui pengaruh motivasi Guru MAN Tambakberas Jombang terhadap minat dalam memilih produk-produk Bank Syariah, 3) mengetahui pengetahuan dan motivasi Guru MAN Tambakberas Jombang berpengaruh secara bersama-sama terhadap minat dalam memilih produk-produk Bank Syariah.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif asosiatif yaitu penelitian dengan menjelaskan dan menghitung variabel independen untuk menganalisis apakah pengetahuan dan motivasi berpengaruh terhadap minat memilih produk-produk bank syariah bagi Guru MAN Tambakberas Jombang. Populasi penelitian ini adalah guru MAN Tambakberas Jombang 100 orang. Sampel penelitian ini sebanyak 50 guru MAN Tambakberas Jombang diambil dari rumus Slovin, kemudian diambil secara sampel sederhana (*simple random sampling*). Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner dan dokumentasi. Teknik analisis data dilakukan dengan regresi linier ganda. Sedangkan untuk olah data menggunakan program IBM SPSS Versi 23

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) Adanya Pengaruh Pengetahuan tentang produk bank Syariah terhadap minat dalam memilih produk bank Syariah Guru MAN Tambakberas Jombang dengan nilai t_{tabel} sebesar 2,341 dan nilai signifikansi 0,024. 2) Adanya Pengaruh Motivasi memilih produk bank Syariah terhadap Minat dalam memilih produk bank Syariah Guru MAN Tambakberas Jombang dengan nilai t_{hitung} sebesar 3,876 dan nilai signifikansi 0,000, 3) Adanya Pengaruh pengetahuan tentang produk bank Syariah dan motivasi memilih produk-produk bank syariah terhadap minat dalam memilih produk bank Syariah dengan nilai 13,377 dan tingkat signifikan sebesar 0.000.

Kata Kunci: Pengetahuan, motivasi, minat, bank Syariah

ABSTRACT

The presence of Islamic banks in the midst of conventional banking is to offer an alternative banking system for Muslims who need or want to obtain banking services without having to violate the prohibition of usury. Currently, sharia-based banking is not widely understood by the public, such as the form of business activities, products and services that cause a lack of interest in using the services of Islamic banks. This study aims to: 1) determine the effect of the teacher's knowledge of MAN Tambakberas Jombang on interest in choosing Islamic bank products, 2) find out the influence of teacher motivation at MAN Tambakberas Jombang on interest in choosing Islamic bank products, 3) determine teacher's knowledge and motivation MAN Tambakberas Jombang has a joint effect on interest in choosing Islamic Bank products.

This research is an associative quantitative research, namely research by explaining and calculating independent variables to analyze whether knowledge and motivation affect the interest in choosing Islamic bank products for teachers at MAN Tambakberas Jombang. The population of this research is 100 teachers of MAN Tambakberas Jombang. The sample of this study was 50 teachers of MAN Tambakberas Jombang taken from the Slovin formula, then taken by simple random sampling. Data collection techniques used were questionnaires and documentation. Data analysis techniques were carried out by multiple linear regression. Meanwhile, for data processing using the IBM SPSS Version 23 program.

The results showed that 1) the influence of knowledge about Islamic bank products on interest in choosing Islamic bank products Guru MAN Tambakberas Jombang with a ttable value of 2.341 and a significance value of 0.024. 2) The influence of motivation to choose Islamic bank products on interest in choosing Islamic bank products Guru MAN Tambakberas Jombang with a t value of 3.876 and a significance value of 0.000, 3) The effect of knowledge about Islamic bank products and motivation to choose Islamic bank products on interest in choosing Islamic bank products with a value of 13.377 and a significant level of 0.000.

Keywords: Knowledge, motivation, interest, Islamic bank

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Segala puji dan syukur senantiasa penulis haturkan kehadiran Allah SWT yang maha pengasih dan penyayang, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada peneliti sehingga bisa menyelesaikan skripsi ini. Shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kehadiran Nabi Agung Muhammad SAW, keluarga, dan para sahabat serta para pengikut beliau.

Kepada semua pihak yang membantu kelancaran dalam penulisan skripsi ini, peneliti hanya bisa menyampaikan rasa terimakasih dan penghargaan setinggi-tingginya, khususnya kepada:

1. Prof. Dr. Imam Taufiq, M.Ag., selaku Rektor UIN Walisongo Semarang
2. Dr. H. Muhammad Saifullah, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang, Wakil dekan I, II, dan III serta para Dosen di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.
3. Ibu Heny Yuningrum, S.E., M.Si., selaku Kepala Jurusan S1 Perbankan Syariah dan Ibu Muyassarah, MSI. selaku Sekjur S1 Perbankan Syariah
4. Bapak Dr. H. Ahmad Furqon, Lc., M.A., selaku pembimbing I dan Ibu Henny Yuningrum, S.E., M.Si., selaku pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Terimakasih kepada seluruh staff dan karyawan UIN Walisongo Semarang khususnya untuk Staff dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah membantu dalam pembuatan administrasi untuk keperluan skripsi ini.
6. Bapak dan Ibuku tercinta yang telah membesarkan peneliti, atas segala kasih sayang serta doanya yang tulus ikhlas untuk kesuksesan putrinya.
7. Guru MAN Tambakberas Jombang
8. Teruntuk calon suamiku mas Andray Guntur Setiaji yang selalu memberi semangat sehingga saya bisa menyelesaikan tugas akhir ini.

9. Terimakasih kepada semua pihak yang membantu dalam pembuatan skripsi ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu-persatu.

Kesempurnaan hanya milik Allah SWT, dan segala kekurangan dimiliki hamba-Nya termasuk saya sebagai seorang penulis. Mohon maaf apabila dalam penulisan masih banyak kekurangan dan kesalahan yang penulis perbuat. Kritik dan saran sangat penulis harapkan untuk memperbaiki kesalahan yang telah penulis buat. Semoga kritik dan saran yang penulis terima dapat memperbaiki karya tulis yang akan datang. Semoga penelitian ini bermanfaat bagi masyarakat pada umumnya dan khususnya bagi pihak-pihak tertentu yang membutuhkan penelitian ini.

Semarang, 7 Desember 2021

Penulis,

Muliana

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN DEKLARASI	vi
HALAMAN ABSTRAK	vii
HALAMAN ABSTRACT	viii
HALAMAN KATA PENGANTAR	ix
HALAMAN DAFTAR ISI	xii
HALAMAN DAFTAR TABEL	xiv
HALAMAN DAFTAR GRAFIK	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.5 Sistematika Penulisan	6
BAB II PENDAHULUAN	
2.1 Kerangka Teori	8
2.1.1 Pengetahuan	8
2.1.2 Motivasi	11
2.1.3 Minat	13
2.1.4 Bank Syariah	17
2.2 Hipotesis	20
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Jenis dan Sumber Data	21
3.2 Populasi dan Sampel	21

3.3 Metode Pengumpulan Data	22
3.4 Variabel Penelitian dan Pengukuran.....	23
3.5 Teknik Analisis Data	25
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Penyajian Data.....	30
4.1.1 Karakteristik Responden.....	30
4.1.2 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	32
4.1.3 Deskripsi Data	34
4.2 Analisis Data dan Interpretasi.....	35
4.2.1 Analisis Data	35
4.2.1.1 Asumsi Data Penelitian	35
4.2.1.2 Uji Regresi.....	39
4.2.1.3 Hipotesis	40
4.2.2 Interpretasi	41
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan.....	46
5.2 Saran-saran	47
5.3 Penutup	47
DAFTAR PUSTAKA	48
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	30
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	31
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Masa Kerja.....	31
Tabel 4.4	Ringkasan hasil uji Validitas	32
Tabel 4.5	Ringkasan hasil uji Reliabilitas	33
Tabel 4.6	Deskripsi Data Penelitian	34
Tabel 4.7	Hasil Uji Normalitas.....	35
Tabel 4.8	Hasil Uji Homogenitas	36
Tabel 4.9	Hasil Uji Linearitas	37
Tabel 4.10	Hasil Uji Multikolinearitas.....	37
Tabel 4.11	Hasil Regresi	39
Tabel 4.12	Keberartian Regresi (uji t).....	40
Tabel 4.13	Hasil Uji F.....	41
Tabel 4.14	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	42

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan industri perbankan syariah di dunia diawali dari aspirasi masyarakat di negara-negara mayoritas muslim untuk memiliki sebuah alternatif sistem perbankan yang islami. Selain itu, masyarakat meyakini bahwa sistem perbankan syariah yang menerapkan bagi hasil sangat menguntungkan, baik untuk nasabah maupun untuk pihak bank syariah. Menurut undang-undang Nomor 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah menyatakan bahwa: Bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip-prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri dari bank umum syariah, unit usaha syariah dan bank pembiayaan syariah.

Bank syariah diharapkan dapat: (a) mendukung strategi pengembangan ekonomi regional; (b) memfasilitasi segmen pasar yang belum terjangkau atau tidak berminat dengan bank konvensional; (c) memfasilitasi distribusi utilitas barang modal untuk kegiatan produksi melalui skema sewa menyewa (ijarah). Sehingga sarana-sarana yang disediakan oleh perusahaan sangatlah mudah untuk digunakan nasabah, sehingga minat nasabah bertambah dan para konsumen lebih memilih untuk menjadi nasabah bank syariah yang merasa termudahkan oleh fasilitas bank syariah. Sehingga kita sebagai calon ekonom-ekonom Muslim sudah sepatasnya untuk mempelajari dan mengaplikasikan dalam kehidupan bermuamalah.²

Kehadiran bank syariah di tengah-tengah perbankan konvensional adalah untuk menawarkan sistem perbankan alternatif bagi umat Islam yang membutuhkan atau ingin memperoleh layanan jasa perbankan tanpa harus melanggar larangan riba. Galuh Husadatama dalam penelitiannya menyatakan bahwa mayoritas masyarakat Indonesia adalah muslim, dan sebagian besar tidak menyetujui bunga bank, namun dalam praktiknya bentuk kegiatan usaha, produk, dan jasa perbankan

² (Machmud Amir, rukmana, 2010)

syariah yang secara konseptual tidak berdasar pada bunga kurang dimengerti oleh masyarakat sehingga menyebabkan kurangnya minat masyarakat untuk menggunakan bank syariah.³

Bank syariah di Indonesia didirikan karena keinginan masyarakat (terutama masyarakat yang beragama Islam) yang berpandangan bunga merupakan hal yang haram. Hal ini lebih diperkuat lagi dengan pendapat para ulama yang ada di Indonesia yang diwakili oleh fatwa MUI yang intinya mengharamkan bunga bank terdapat unsur-unsur riba jika ada unsur tambahan, dan tambahan itu diisyaratkan dalam akad dan dapat menimbulkan adanya unsur pemerasan.⁴

Sekalipun masyarakat Indonesia merupakan masyarakat Muslim terbesar di dunia, kehadiran bank yang berdasarkan prinsip syariah masih relatif baru, yaitu baru awal tahun 1990-an. Artinya belum sepenuhnya setiap daerah kota di Indonesia sudah menggunakan bank syariah. Padahal di Indonesia sendiri selain mayoritas Muslim, juga diperkuat dengan adanya organisasi masyarakat Islam yang sangat kental nilai-nilai Islam.⁵

Perbankan yang berbasis syariah saat ini belum banyak dimengerti oleh masyarakat seperti bentuk kegiatan usaha, produk dan jasanya yang menyebabkan kurangnya minat untuk menggunakan jasa bank syariah. Keberadaan bank syariah merupakan sesuatu yang relatif baru bagi masyarakat, meskipun sudah sekitar 24 tahun yang lalu sejak berdirinya bank pertama kali yang berbasis syariah yakni Bank Muamalat Indonesia (BMI) pada tahun 1992.⁶

Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen diantaranya yaitu: faktor Marketing Mix (produk, harga, distribusi dan promosi), faktor budaya (budaya dan kelas sosial), faktor sosial (kelompok acuan, keluarga, peran dan status), faktor pribadi (usia dan tahap siklus hidup, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri).

³ (Husadatama, Galuh, 2018)

⁴ (Sari, Tanjung, 2011)

⁵ (Kamsir, 2008)

⁶ (Fitriana, 2021)

Faktor lainnya adalah faktor psikologis, yang terdiri dari motivasi, persepsi, pembelajaran/pengetahuan serta keyakinan.⁷

Pengetahuan masyarakat tentang perbankan syariah dengan sistem bagi hasilnya dan perbankan syariah adalah bank Islam. Bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatannya, baik menghimpun dana, menyalurkan dana dan pelayanan jasa. Kemudian pada faktor pertimbangan agama merupakan suatu motivasi penting agar dapat mengajak masyarakat untuk menggunakan jasa bank syariah dan masyarakat non nasabah yang diberikan penjelasan terhadap produk atau jasa perbankan syariah sehingga memiliki minat untuk menabung di bank syariah.⁸

Pengetahuan dan sikap masyarakat terhadap bagi hasil dengan bunga bank sangat beranekaragam. Beberapa masyarakat tetap menerima bunga bank dan sebagian masyarakat menerima sistem bagi hasil dengan tetap menerima bunga dan menolak bunga bank. Perilaku yang mencampuradukkan segala paradigma tersebut menjadi sebuah wawasan yang menarik sebagai gambaran pengetahuan serta perilaku masyarakat terhadap menyikapi kebijakan dual banking sistem tersebut. Bentuk perilaku masyarakat terhadap penilaian pada bank syariah disebabkan kurangnya pengetahuan masyarakat terhadap perbankan syariah, terutama disebabkan adanya dominasi bank konvensional. Kemudian, perangkat hukum dan aturan undang-undang yang telah diterapkan masih belum seluruhnya mengakomodasi kegiatan bank syariah, selanjutnya masih ada batasan terhadap teknologi perbankan syariah dan jaringan pelayanan bank syariah serta sumber daya insani.⁹

Masyarakat yang menolak bunga bank atau riba didasarkan pada ayat di bawah ini:

⁷ (Andespa, Roni, 2017)

⁸ (Silvia & Sri, 2017)

⁹ (Rahmawaty, Anita, 2014)

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).¹⁰

Pengetahuan seseorang tentang informasi perbankan syariah dapat memberikan dampak terhadap perilaku konsumen. Salah satu faktor yang mendasar dalam mengembangkan produk-produk perbankan syariah di masyarakat adalah pengetahuan. Menurut Notoatmodjo menyatakan bahwa pengetahuan merupakan hasil “tahu” dan ini terjadi setelah orang melakukan pengindraan terhadap suatu objek tertentu. Pengindraan terjadi melalui pancaindra manusia yaitu: pendengaran, penglihatan, penciuman, rasa dan raba. Pengetahuan manusia sebagian besar didapatkan melalui mata dan telinga.¹¹

Minat adalah suatu kecenderungan untuk selalu memperhatikan dan mengingat sesuatu secara terus menerus. Minat ini erat kaitannya dengan perasaan terutama perasaan senang, karena itu dapat dikatakan minat itu terjadi karena sikap senang kepada sesuatu. Orang yang berminat kepada sesuatu berarti ia sikapnya senang kepada sesuatu itu.¹²

Minat merupakan motivasi yang mendorong orang untuk melakukan apa yang mereka inginkan bila mereka bebas memilih. Bagaimana masyarakat berminat terhadap perbankan syariah, apabila pelaksanaan perbankan syariah tidak memahami persis tentang perbankan syariah dan produk-produknya dan tidak mengherankan apabila hal tersebut yang menyebabkan masyarakat enggan bahkan kecewa terhadap bank syariah, karena masyarakat tidak memperoleh keyakinan bahwa bank syariah berbeda dengan bank konvensional, karakteristik bank syariah, produk-produk dan jasa bank syariah dan sebagainya.¹³

¹⁰ (Soenarjo, 2011)

¹¹ (Notoatmodjo, S, 2007)

¹² (Alisuf, M. Sabri, 2006)

¹³ (Wirosa, 2009)

Motivasi berkaitan dengan keputusan karena dengan rangsangan yang di berikan individu ataupun kelompok dapat terpengaruhi untuk mengambil suatu tindakan, suatu perbuatan pada umumnya di motivasi atas dasar suatu keinginan atau kebutuhan, dengan tujuan untuk mencapai kepuasan individu ataupun kelompok tertentu. Untuk mengangkat masalah sebagai topik di dalam penulisan skripsi maka penulis mengangkat judul “Pengaruh Pengetahuan dan Motivasi Guru MAN Tambakberas Jombang Terhadap Minat dalam Memilih Produk-Produk Bank Syariah.”

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah terdapat pengaruh pengetahuan Guru MAN Tambakberas Jombang Terhadap Minat Dalam Memilih Produk-Produk Bank Syariah?
2. Apakah terdapat pengaruh motivasi Guru MAN Tambakberas Jombang Terhadap Minat Dalam Memilih Produk-Produk Bank Syariah?
3. Apakah pengetahuan dan motivasi Guru MAN Tambakberas Jombang berpengaruh secara simultan terhadap minat dalam memilih produk-produk Bank Syariah?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan Guru MAN Tambakberas Jombang terhadap minat dalam memilih produk-produk Bank Syariah.

2. Untuk mengetahui pengaruh motivasi Guru MAN Tambakberas Jombang terhadap minat dalam memilih produk-produk Bank Syariah.
3. Untuk mengetahui pengetahuan dan motivasi Guru MAN Tambakberas Jombang berpengaruh secara bersama-sama terhadap minat dalam memilih produk-produk Bank Syariah.

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat sebagai berikut:

1. Secara teoritis

Hasil penelitian ini, diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran pembaca dan dapat dijadikan sebagai rujukan tentang pengaruh pengetahuan dan motivasi Guru MAN Tambakberas Jombang terhadap minat dalam memilih produk-produk bank syariah.

2. Secara praktis

- a. Bagi dunia perbankan penelitian ini agar bisa digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi para praktisi perbankan syariah khususnya Bank Syariah.
- b. Bagi peneliti lain untuk menambah khasanah pengetahuan dalam dunia Bank Syariah serta sebagai masukan pada penelitian dengan topik yang sama dalam masa yang akan datang.
- c. Bagi Pengguna jasa Bank Syariah untuk para nasabah hal ini dapat digunakan sebagai bahan informasi mengenai Bank Syariah.

1.4 Sistematika Penulisan

Penulisan skripsi dibagi dalam lima bab dengan gambaran sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN. Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA. Bab ini berisi tentang pengertian minat, pengetahuan, motivasi, dan hipotesis penelitian. Bab ini bertujuan untuk menjelaskan secara rinci tentang variabel-variabel penelitian, pengaruhnya dan jawaban sementara hasil penelitian

BAB III METODE PENELITIAN. Bab ini berisi tentang jenis dan pendekatan penelitian, populasi dan sampel, sumber dan teknik pengumpulan data, variable dan pengukuran, dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN. Bab ini berisi gambaran umum penelitian yang dilakukan dan pembahasan dari data yang diperoleh.

BAB V PENUTUP. Bab ini berisi kesimpulan dari penelitian, dan saran untuk penelitian selanjutnya.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kerangka Teori

2.1.1 Pengetahuan

2.1.1.1. Pengertian Pengetahuan

Notoadmodjo,¹⁴ meyakini bahwa pengetahuan atau kognitif merupakan bagian yang penting untuk terbentuknya tindakan seseorang. Perilaku yang didasari pengetahuan lebih lama bertahan daripada perilaku yang tidak didasari oleh pengetahuan. Pengetahuan menurut kamus besar Bahasa Indonesia adalah segala sesuatu yang diketahui, kepandaian. Menurut Nurul dan Dhiani pengetahuan adalah informasi yang telah diinterpretasikan oleh seseorang dengan menggunakan sejarah, pengalaman, dan skema interpretasi yang dimilikinya.¹⁵

Engel, et.al¹⁶ menjelaskan bahwa secara umum, pengetahuan dapat didefinisikan sebagai informasi yang disimpan didalam ingatan. Himpunan bagian dari informasi total yang relevan dengan fungsi konsumen di dalam pasar yang disebut pengetahuan konsumen. Kemudian Engel membagi pengetahuan konsumen dalam tiga bidang umum, yaitu pengetahuan produk (*product knowledge*), pengetahuan pembelian (*purchase knowledge*), dan pengetahuan pemakaian (*usage knowledge*). Engel juga menjelaskan bahwa pengetahuan produk meliputi:

1. Kesadaran akan kategori dan merek produk di dalam kategori produk;
2. Terminologi produk;

¹⁴ (Notoatmodjo, S, 2007)

¹⁵ (Nurul & Dhiani, 2014)

¹⁶ (Engel, et.al, 2006)

3. Atribut dan ciri produk;
4. Kepercayaan tentang kategori produk secara umum mengenai merek yang spesifik.

2.1.1.2. Indikator Pengetahuan

Notoatmojo¹⁷ menjelaskan bahwa pengetahuan (*knowledge*) memiliki indikator sebagai berikut:

1. Tahu (*know*)

Tahu diartikan sebagai mengingat suatu materi yang telah dipelajari sebelumnya dan mengingat kembali (*recall*) sesuatu yang spesifik dari seluruh bahan yang dipelajari atau rangsangan yang telah diterima.

2. Memahami (*comprehension*)

Memahami diartikan sebagai suatu kemampuan untuk menjelaskan secara benar tentang objek yang diketahui, dan dapat menginterpretasikan materi tersebut secara benar.

3. Aplikasi (*application*)

Aplikasi diartikan sebagai kemampuan untuk menggunakan materi yang telah dipelajari pada situasi atau kondisi real (sebenarnya).

4. Analisis (*analysis*)

Analisis adalah suatu kemampuan untuk menjabarkan materi atau suatu objek ke dalam komponen-komponen, tetapi masih di dalam struktur organisasi, dan masih ada kaitannya satu sama lain.

5. Sintesis (*synthesis*)

Sintesis menunjuk kepada suatu kemampuan untuk meletakkan atau menghubungkan bagian-bagian di dalam suatu bentuk keseluruhan yang baru.

¹⁷ (Notoatmodjo, S, 2007)

6. Evaluasi (*evaluation*)

Evaluasi ini berkaitan dengan kemampuan untuk melakukan justifikasi atau penilaian terhadap suatu materi atau objek.

Indikator pengetahuan menurut Donni,¹⁸ antara lain:

1. Pengetahuan produk

Pengetahuan produk merupakan kumpulan berbagai macam informasi mengenai produk. Pengetahuan ini meliputi merek, atribut, atau fitur produk dan kepercayaan mengenai produk.

2. Pengetahuan pembelian

Pengetahuan pembelian meliputi berbagai informasi yang diproses oleh konsumen untuk memperoleh suatu produk. Pengetahuan pembelian terdiri atas pengetahuan tentang dimana membeli produk dan kapan akan membelinya.

3. Pengetahuan pemakaian

Pengetahuan pemakaian menggambarkan dari ketiga kategori dari pengetahuan konsumen. Pengetahuan ini mencakup informasi yang tersedia di dalam ingatan mengenai bagaimana suatu produk dapat digunakan dan apa yang diperlukan agar benar-benar menggunakan produk tersebut.

2.1.1.3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengetahuan

Beberapa faktor yang mempengaruhi pengetahuan antara lain:

1) Pengalaman

Pengalaman merupakan guru yang terbaik. Pepatah tersebut dapat diartikan bahwa pengalaman merupakan sumber pengetahuan atau pengalaman itu suatu cara untuk memperoleh kebenaran pengetahuan. Oleh karena itu berpendapat bahwa pengalaman pribadi pun dapat digunakan

¹⁸(Juni, Donni , 2017)

sebagai upaya untuk memperoleh pengetahuan. Ini dilakukan dengan cara mengulang kembali pengalaman yang diperoleh dalam memecahkan permasalahan yang dihadapi pada masa lalu.¹⁹

2) Pendidikan

Menurut Hendra tingkat pendidikan turut pula menentukan mudah tidaknya seseorang menyerap dan memahami pengetahuan yang mereka peroleh, pada umumnya semakin tinggi pendidikan seseorang maka semakin baik pula pengetahuannya.²⁰

3) Usia

Menurut Hendra semakin tua umur seseorang maka proses-proses perkembangan mentalnya bertambah baik, akan tetapi pada umur tertentu, bertambahnya proses perkembangan mental ini tidak secepat seperti ketika berumur belasan tahun.²¹

2.1.2 Motivasi

2.1.2.1 Pengertian Motivasi

Motivasi pada dasarnya adalah suatu usaha untuk meningkatkan kegiatan dalam mencapai suatu tujuan tertentu, termasuk di dalamnya kegiatan belajar. Motivasi dapat timbul dari luar maupun dari dalam diri individu itu sendiri. Motivasi yang berasal dari luar diri individu diberikan oleh motivator seperti orangtuanya, guru, konselor, ustadz/ustadzah, orang dekat atau teman dekat, dan lain-lain. Sedangkan motivasi yang berasal dari atau timbul dalam diri seseorang, dapat

¹⁹ (Notoatmodjo, S, 2007)

²⁰ (Hendra, AW, 2021)

²¹ (Hendra, AW, 2021)

disebabkan seseorang mempunyai keinginan untuk dapat menggapai sesuatu (cita-cita).²²

Motivasi adalah sebuah faktor yang mengakibatkan munculnya, memberi arah, dan menginterpretasikan perilaku seseorang. Hal itu biasanya dibagi dalam dua komponen, yaitu dorongan dan penghapusan. Dorongan mengacu pada proses internal yang mengakibatkan seseorang itu beraksi. Penghilangan mengacu pada terhapusnya motif seseorang disebabkan individu tersebut telah berhasil mencapai satu tujuan atau mendapat ganjaran memuaskan.²³

Motivasi dapat diartikan sebagai suatu kekuatan atau tenaga pendorong untuk melakukan sesuatu hal atau menampilkan sesuatu perilaku tertentu. Sesuai dengan teori sistem kebutuhan, seseorang akan menampilkan suatu perilaku karena adanya kebutuhan akan suatu hal tertentu. Kebutuhan tersebut akan menimbulkan dorongan, kehendak dan niat untuk melakukan suatu perbuatan.²⁴

2.1.2.2 Indikator Motivasi

Berdasarkan teori yang telah yang telah dikemukakan beberapa ahli, penelitian ini mengacu pada teori dari kesimpulan Hasan yang menyatakan bahwa motivasi yang mendorong masyarakat menggunakan jasa bank syariah dibagi menjadi dua yaitu motivasi internal dan motivasi eksternal. Motivasi internal ditentukan oleh:²⁵

1. Motivasi personal: kemauan diri sendiri.
2. Tuntutan menjalankan Syariat Islam: tidak adanya riba, sesuai dengan visi dan misi Islam.

²² (Atmaja, Purwa Prawira, 2016)

²³ (Wijono, Sutarto, 2010)

²⁴ (Gunarsa, Singgih D., 2008)

²⁵ (Hasan, Ali, 2010)

Sedangkan motivasi eksternal terdiri dari:

1. Promosi: papan iklan atau spanduk, iklan tv, brosur atau selebaran, tawaran pegawai, variasi produk, nama bank.
2. Pengaruh orang lain: anggota keluarga, teman, tetangga, dan lain-lain.
3. Transparansi: keamanan bertransaksi

2.1.3 Minat

2.1.3.1 Pengertian Minat

Minat merupakan gejala psikis yang mendorong seseorang untuk melakukan sesuatu atau memberikan perhatian yang lebih penuh terhadap objek tertentu sehingga pekerjaan yang dilakukannya bisa membuat orang tersebut menjadi senang dan orang tersebut akan melakukannya secara terus menerus. Hal ini sesuai dengan apa yang diungkapkan oleh Winkel bahwa minat adalah kecenderungan yang menetap dalam diri seseorang untuk tertarik pada bagian atau hal tertentu dan merasa senang berkecimbung dalam bidang tertentu.²⁶

Minat seseorang terhadap suatu objek akan lebih kelihatan apabila objek tersebut sesuai sasaran dan berkaitan dengan keinginan dan kebutuhan seseorang yang bersangkutan. Minat merupakan sifat yang relatif menetap pada diri seseorang. Minat ini besar pengaruhnya dengan minat seseorang akan melakukan sesuatu yang diminatinya.²⁷

Dari berbagai pengertian di atas bahwa minat adalah rasa ingin seseorang terhadap sesuatu untuk melakukan aktifitas yang menyebabkan seseorang merasa tertarik.

²⁶ (Wicaksono, Andri , 2017)

²⁷ (Darmadi, 2017)

2.1.3.2 Indikator Minat

Minat sebenarnya mengandung tiga unsur yaitu unsur kognisi (menenal), emosi (perasaan), dan konasi (kehendak). Hidayat membagi ketiga unsur tersebut menjadi beberapa indikator yang menentukan minat seseorang terhadap sesuatu, antara lain:

1. Keinginan

Seseorang yang memiliki keinginan terhadap suatu kegiatan tentunya ia akan melakukan atas keinginan dirinya sendiri. Keinginan merupakan indikator minat yang datang dari dorongan diri, apabila yang dituju sesuatu yang nyata. Sehingga dari dorongan tersebut timbul keinginan dan minat untuk mengerjakan suatu pekerjaan.

2. Perasaan Senang

Seseorang yang memiliki perasaan senang atau suka dalam hal tertentu ia cenderung mengetahui hubungan antara perasaan dengan minat.

3. Perhatian

Adanya perhatian merupakan konsentrasi atau aktivitas jiwa seseorang terhadap pengamatan, pengertian, dan sebagainya dengan mengesampingkan yang lain.

4. Perasaan Tertarik

Minat bisa berhubungan dengan gaya gerak yang mendorong kita cenderung atau rasa tertarik pada orang, benda, atau keinginan ataupun bisa berupa pengalaman yang efektif yang dirangsang oleh kegiatan itu sendiri. Sehingga perasaan tertarik merupakan indikator yang menunjukkan minat seseorang.²⁸

²⁸ (Komari , Noor Pratiwi, 2015)

2.1.3.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat

Menurut Kotler dan Keller faktor-faktor yang mempengaruhi minat yaitu:²⁹

1. Faktor budaya

Budaya (*culture*) adalah determinan dasar keinginan dan perilaku seseorang. Kelas budaya, subbudaya dan sosial sangat mempengaruhi perilaku pembelian konsumen.

2. Faktor sosial

Selain faktor budaya, faktor sosial seperti kelompok referensi, keluarga, serta peran sosial dan status mempengaruhi perilaku pembelian.

3. Faktor Pribadi

Keputusan pembeli juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi. Faktor pribadi meliputi usia dan tahap dalam siklus hidup pembeli, pekerjaan dan keadaan ekonomi, kepribadian dan konsep diri, serta gaya hidup dan nilai.

4. Faktor Psikologis

Pilihan pembeli seseorang yang juga dipengaruhi oleh empat faktor psikologis yang utama, yaitu motivasi, persepsi, belajar, serta kepercayaan dan sikap.

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi minat, yaitu:

1. Pengetahuan

Pengetahuan merupakan hasil tahu yang terjadi setelah orang melakukan penginderaan terhadap suatu objek tertentu. Penginderaan terjadi melalui pancaindra manusia, yaitu: indra penglihatan, pendengaran, penciuman, rasa dan raba. Sebagian besar

²⁹ (Kotler dan Keller, 2009)

pengetahuan manusia diperoleh melalui pendidikan, pengalaman orang lain, media masa maupun lingkungan³⁰

2. Motivasi

Minat seseorang akan semakin tinggi bila disertai motivasi, baik yang bersifat internal ataupun eksternal.³¹

2.1.3.3 Indikator Minat

Minat sebenarnya mengandung tiga unsur yaitu unsur kognisi (mengenal), emosi (perasaan), dan konasi (kehendak). Hidayat membagi ketiga unsur tersebut menjadi beberapa indikator yang menentukan minat seseorang terhadap sesuatu, antara lain:³²

1. Keinginan

Seseorang yang memiliki keinginan terhadap suatu kegiatan tentunya ia akan melakukan atas keinginan dirinya sendiri. Keinginan merupakan indikator minat yang datang dari dorongan diri, apabila yang dituju sesuatu yang nyata. Sehingga dari dorongan tersebut timbul keinginan dan minat untuk mengerjakan suatu pekerjaan

2. Perasaan Senang

Seseorang yang memiliki perasaan senang atau suka dalam hal tertentu ia cenderung mengetahui hubungan antara perasaan dengan minat.

3. Perhatian

Adanya perhatian merupakan konsentrasi atau aktivitas jiwa seseorang terhadap pengamatan, pengertian, dan sebagainya dengan mengesampingkan yang lain.

³⁰ (Gunawan, Fahmi , 2018)

³¹ (Darmadi, 2017)

³² (Komari , Noor Pratiwi, 2015)

4. Perasaan Tertarik

Minat bisa berhubungan dengan gaya gerak yang mendorong kita cenderung atau rasa tertarik pada orang, benda, atau keinginan ataupun bisa berupa pengalaman yang efektif yang dirangsang oleh kegiatan itu sendiri. Sehingga perasaan tertarik merupakan indikator yang menunjukkan minat seseorang

2.1.4 Bank Syariah

2.1.4.1 Pengertian Bank Syariah

Menurut Sudarsono bahwa “Bank Syariah adalah lembaga keuangan negara yang memberikan kredit dan jasa-jasa lainnya di dalam lalu lintas pembayaran dan juga peredaran uang yang beroperasi dengan menggunakan prinsip-prinsip syariah atau Islam.³³ Menurut undang-undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah mengemukakan bahwa: Perbankan Syariah yaitu segala sesuatu yang menyangkut bank syariah dan unit usaha syariah, mencakup kelembagaan, mencakup kegiatan usaha, serta tata cara dan proses di dalam melaksanakan kegiatan usahanya.

Berdasarkan uraian tentang bank syariah, maka dapat disimpulkan bahwa bank syariah adalah lembaga keuangan yang bertugas menghimpun dana dari masyarakat, menyalurkan dana kepada masyarakat, dan memberikan jasa keuangan kepada masyarakat dengan menggunakan kaidah atau aturan yang berlaku di ajaran agama Islam. Regulasi mengenai Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan syariah yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip-prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah (BUS), Unit Usaha Syariah (UUS), dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS).

³³ (Sudarsono, 2008)

2.1.4.2 Produk-produk bank syariah

Menurut Kasmir, jenis-jenis produk bank syariah antara lain:³⁴

2.1.4.2.1 Produk Penyaluran Dana terdiri dari tiga prinsip:

1. Prinsip jual beli dilaksanakan karena terdapat pemindahan kepemilikan barang. Keuntungan bank dijabarkan di depan, dan juga harga yang dijual.
2. Prinsip Sewa ialah kesepakatan pemindahan hak guna atas barang atau jasa dengan cara sewa tanpa diikuti pemindahan kepemilikan atas barang yang disewa. Didalamnya bank menyewakan peralatan kepada nasabah dengan cara biaya yang sudah disetujui secara nyata sebelumnya atau telah disepakati sebelumnya.
3. Prinsip Bagi Hasil adalah salah satu produk syariah yang mana ada dua pihak atau lebih yang bekerja sama untuk meningkatkan aset yang dimiliki bersama

2.1.4.2.2 Produk Penghimpun Dana bank syariah menerapkan dua prinsip yaitu:

1. Prinsip wadiah (simpanan). Diterapkannya prinsip wadiah yang dilaksanakan adalah wadiah yad dhamanah yang diterapkan pada rekening produk giro. Berbeda dengan wadiah amanah, yang mana pihak yang dititipi bertanggung jawab atas keutuhan harta titipan sehingga ia boleh memanfaatkan harta titipan tersebut. Wadiah amanah harta titipan tidak dapat dimanfaatkan oleh yang dititipi.
2. Prinsip Mudharabah. Di prinsip mudharabah, depositan atau penyimpan dana bertindak sebagai pemilik modal sedangkan bank bertindak sebagai pengelola. Dana yang disimpan oleh bank dimanfaatkan untuk melaksanakan pembiayaan, dalam hal ini apabila

³⁴ (Kasmir, 2012)

bank memanfaatkannya untuk pembiayaan mudharabah, maka bank mempunyai tanggung jawab atas kerugian yang bisa saja terjadi.

2.1.4.2.3 Produk Jasa Perbankan Selain dapat melaksanakan aktivitas penghimpunan dana dan menyalurkan dana, bank juga dapat memberikan jasa kepada nasabah dengan mendapatkan imbalan berupa sewa atau keuntungan

2.1.4.3 Prinsip-Prinsip Bank Syariah

Menurut Wirdyaningsi et al.³⁵ beberapa prinsip atau hukum yang dianut oleh sistem perbankan syariah, antara lain:

1. Menjauhkan diri dari adanya unsur riba
 - a. Menghindari penggunaan hasil usaha, seperti bunga pinjaman yang dilakukan oleh bank konvensional dan penetapan bunga simpanan.
 - b. Menghindari penggunaan sistem persentase yang mengandung unsur melipatgandakan terhadap imbalan atau biaya utang secara otomatis karena berjalannya waktu
 - c. Menghindari penggunaan sistem yang memperoleh kelebihan baik secara kuantitas maupun kualitas yaitu sistem perdagangan barang ribawi seperti barang yang sejenisnya sama seperti uang rupiah.
 - d. Menghindari penggunaan sistem yang dimana sistem tersebut menetapkan utang dimuka yang secara sukarela seperti bank konvensional pada penetapan bunga.
2. Menerapkan prinsip sistem bagi hasil dan jual beli
 - a. Investasi bagi penyimpan dana yang berarti untuk memperoleh hak bagi hasil pada bank tersebut agar nasabah yang menyimpan dananya seperti (tabungan mudharabah atau simpanan

³⁵ (Kasmir, 2012)

mudharabah) yang dianggap sebagai penyedia dana (rabbul mal) yang tidak pasti besar kecilnya hasil usaha.

- b. Pembiayaan investasi yaitu pembiayaan yang suatu usahanya tidak berbentuk saham seperti (al-mudharabah) atau (al-musyarakah). Untuk memperoleh bagi hasil dari usaha itu harus sesuai dengan kesepakatan penuh jadi ketika kontraknya habis bank masih tetap mendapat bagi hasil.

2.2 Kerangka Pemikiran

Secara umum produk adalah sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Produk-produk bank syariah muncul karena didasari oleh operasionalisasi fungsi bank syariah. Dalam menjalankan operasinya bank syariah memiliki empat fungsi sebagai berikut: sebagai penerima amanah untuk melakukan investasi dana-dana yang dipercayakan oleh pemegang rekening investasi atau deposan atas dasar prinsip bagi hasil sesuai dengan kebijakan investasi bank, sebagai pengelola investasi atas dana yang dimiliki pemilik dana/*shahibul mal* sesuai dengan arahan investasi yang dikehendaki oleh pemilik dana, sebagai penyedia jasa-jasa lainnya sepanjang tidak bertentangan dengan prinsip syariah, sebagai pengelola fungsi sosial.

Berbagai macam produk yang ditawarkan oleh perbankan Syariah diprediksikan memiliki prospek dan pangsa pasar yang menjanjikan karena nasabah dapat leluasa memilih sesuai dengan spesifikasi kebutuhannya. Namun fenomena yang sebenarnya terjadi yaitu banyaknya produk perbankan Syariah yang belum tersosialisasi kepada masyarakat luas sehingga peminat dalam memilih produk-produk bank masih sangat minim.

Minat merupakan motivasi yang mendorong orang untuk melakukan apa yang mereka inginkan bila mereka bebas memilih. Setiap minat akan memuaskan suatu kebutuhan. Dalam melakukan fungsinya kehendak itu berhubungan erat dengan pikiran dan perasaan. Pikiran mempunyai

kecendrungan bergerak dalam sektor rasional analisis, sedang perasaan yang bersifat halus atau tajam lebih mendambakan kebutuhan. Sedangkan akal berfungsi sebagai pengikat pikiran dan perasaan itu dalam koordinasi yang harmonis, agar kehendak bisa diatur dengan sebaik-baiknya.

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

Unsur kognisi (mengenal) dalam pengertian bahwa minat itu didahului oleh pengetahuan dan informasi mengenai obyek yang dituju oleh minat tersebut. Pengetahuan dapat menjadi faktor yang membangkitkan minat untuk melakukan suatu aktifitas tertentu. Minat mempunyai hubungan yang erat dengan emosi. Dengan demikian maka dapat dikatakan bahwa minat adalah dorongan bagi seseorang untuk melakukan segala sesuatu dalam mewujudkan pencapaian tujuan dan cita-cita yang menjadi keinginannya. Selain itu minat dapat timbul karena adanya faktor eksternal dan juga adanya faktor internal.

2.3 Hipotesis

Hipotesis penelitian ini antara lain:

1. Terdapat pengaruh pengetahuan Guru MAN Tambakberas Jombang terhadap minat dalam memilih produk-produk Bank Syariah.
2. Terdapat pengaruh motivasi Guru MAN Tambakberas Jombang berpengaruh terhadap minat dalam memilih produk-produk Bank Syariah.
3. Terdapat pengetahuan dan motivasi Guru MAN Tambakberas Jombang secara simultan terhadap minat dalam memilih produk-produk Bank Syariah.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Sumber Data

3.1.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah *field research* (penelitian lapangan) yaitu penelitian mendalam keseluruhan yang terjadi dilapangan, dengan tujuan untuk mempelajari secara mendalam tentang latar belakang keadaan sekarang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang bersifat Kuantitatif Asosiatif yaitu penelitian dengan menjelaskan dan menghitung variabel independen untuk menganalisis apakah pengetahuan dan motivasi berpengaruh terhadap minat memilih produk-produk bank syariah bagi Guru MAN Tambakberas Jombang.

3.1.2 Sumber Data

Sumber data primer diperoleh langsung dari responden yang diteliti yakni Guru MAN Tambakberas Jombang. Sedangkan sumber data sekunder diperoleh dari buku dan literatur, data ini berupa teori-teori yang berkaitan dengan variabel yang diteliti.

3.2 Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah Guru MAN Tambakberas Jombang berjumlah 100 orang. Teknik sampling yang digunakan adalah *probability sampling* yakni *simple random sampling*. *Simple random sampling* dinyatakan *simple* (sederhana) karena pengambilan sample anggota dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu, karena data yang digunakan adalah data yang homogen.³⁶

³⁶ (Sugiyono, 2013)

Penelitian menggunakan rumus slovin untuk menentukan jumlah sampel dari populasi yang ada. Berdasarkan rumus slovin jumlah sampel dihitung sebagai berikut:

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

Keterangan:

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = toleransi rata-rata 10% atau 0,1

Perhitungan sampel sebagai berikut:

$$n = \frac{100}{1+100(0,1)^2}$$

$$n = \frac{100}{1+1}$$

$$n = \frac{100}{2}$$

$$n = 50 \text{ responden}$$

3.3 Metode Pengumpulan Data

3.3.1 Observasi

Dalam penelitian ini observasi yang dilakukan penulis yaitu pengamatan langsung, dan berupa tanya jawab kepada para Guru MAN Tambakberas Jombang.

3.3.2 Kuesioner

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan kuesioner (angket). Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.³⁷ Kuesioner yang dipakai adalah model tertutup karena jawaban telah disediakan dan pengukurannya dengan menggunakan skala *likert*.

³⁷ (Slameto, 2010)

Dengan skala *likert*, maka variabel yang diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan. Jawaban yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negative dengan 5 (lima) alternatif jawaban, dengan jawaban seperti berikut:

- SS : Sangat Setuju
- S : Setuju
- N : Netral
- TS : Tidak Setuju
- STS : Sangat Tidak Setuju

Dengan menggunakan skala likert masing-masing instrumen jawaban memiliki nilai sebagai berikut:

- SS : 5
- S : 4
- N : 3
- TS : 2
- STS : 1

3.3.3 Dokumentasi

Metode dokumentasi dalam penelitian ini dilakukan dengan cara mengumpulkan foto dokumentasi kegiatan penelitian.

3.4 Variabel Penelitian dan Pengukuran

Penelitian ini menggunakan dua variabel yang digunakan, yaitu:

3.4.1 Variabel Independen (X)

1. Variabel X1 (Pengetahuan)

Pengetahuan adalah hasil dari tahu yang terjadi melalui proses sensoris khususnya mata dan telinga terhadap objek tertentu.

Pengetahuan merupakan domain yang sangat penting untuk terbentuknya perilaku terbuka (*overt behavior*). Perilaku yang didasari pengetahuan umumnya bersifat langgeng.³⁸

2. Variabel X2 (Motivasi)

Motivasi merupakan dorongan jiwa untuk melakukan sesuatu dalam rangka memenuhi atau mendapatkan sesuatu yang diharapkan atau diinginkannya.³⁹

3.4.2 Variabel Dependen (Y)

Variabel Dependen (Y) yaitu Minat. Minat merupakan gejala psikis yang mendorong seseorang untuk melakukan sesuatu atau memberikan perhatian yang lebih penuh terhadap objek tertentu sehingga pekerjaan yang dilakukannya bisa membuat orang tersebut menjadi senang dan orang tersebut akan melakukannya secara terus menerus. Hal ini sesuai dengan apa yang diungkapkan oleh Winkel bahwa minat adalah kecenderungan yang menetap dalam diri seseorang untuk tertarik pada bagian atau hal tertentu dan merasa senang berkecimbung dalam bidang tertentu.⁴⁰

3.5 Teknik Analisis Data

3.5.1 Pengujian Kualitas Data

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Uji validitas dilakukan pada setiap butir pertanyaan dengan membandingkan nilai r hitung

³⁸ (Sunaryo, 2014)

³⁹ (Erna Ferrinadewi, 2008)

⁴⁰ (Andri Wicaksono, 2017)

dengan nilai r tabel dengan tingkat signifikansi 0,05. Jika r hitung lebih besar dari pada r tabel maka butir pertanyaan tersebut valid.⁴¹

2. Uji Reabilitas

Uji reliabilitas (keandalan) merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuisioner. Suatu kuesioner dikatakan reliabilitas atau handal jika jawaban seseorang jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu variabel dikatakan reliabilitas jika $\text{Alpha} > 0,60$.⁴²

3.5.2 Uji Asumsi Dasar

1. Uji Normalitas Data

Uji normalitas data digunakan untuk melihat dalam model regresi, variabel dependen dan independent atau keduanya mempunyai distribusi normal ataukah tidak. Model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal.

2. Uji Homogenitas Data

Uji homogenitas merupakan pengujian asumsi dengan tujuan untuk membuktikan data yang dianalisis berasal dari populasi yang tidak jauh berbeda keragamannya (*varians*). Pengujian ini sebagai uji persyaratan berikutnya sebelum penggunaan teknik analisis. Hal tersebut dimaksudkan untuk memberi keyakinan apakah varians variabel terikat (Y) pada setiap skor variabel bebas (X1) dan (X2) bersifat homogen atau tidak. Untuk menentukan homogenitas digunakan kriteria sebagai berikut: Signifikansi uji (α) = 0,05 Jika sig

⁴¹ (Sujarweni, Wiratna , 2012)

⁴² (Sujarweni, Wiratna , 2012)

$> \alpha$, maka variansi sampel sama (homogen) Jika $\text{sig} < \alpha$, maka variansi setiap sampel tidak sama (tidak homogen).⁴³

3. Uji Linearitas Data

Bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear secara signifikansi atau tidak. Jika, nilai signifikansi (Sig) lebih besar dari 0,05 maka terdapat hubungan yang linear antara kedua variabel. Dan sebaliknya, jika signifikansi (Sig) lebih kecil dari 0,05 maka tidak terdapat hubungan yang linear antara kedua variabel.⁴⁴

4. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independent. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan terdapat problem multikolinieritas (Multiko). Metode regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independent.⁴⁵ Pedoman suatu model regresi yang bebas multiko adalah mempunyai nilai Variance Inflation Factor (VIF) di sekitar angka 1 dan mempunyai angka tolerance mendekati 1. Dengan demikian dapat disimpulkan model regresi tersebut tidak terdapat problem multikolinieritas (Multiko).⁴⁶

3.5.3 Pengujian Hipotesis

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Penelitian ini menggunakan model regresi linier berganda karena analisis ini untuk meramalkan nilai pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap variabel terikat. Adapun persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

⁴³ (Kasmadi & Nia, 2016)

⁴⁴ (Sujarweni, Wiratna, 2012)

⁴⁵ (Santoso, Singgih, 2000)

⁴⁶ (Santoso, Singgih, 2000)

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e_i$$

Keterangan:

Y = Variabel Dependen (nilai yang diprediksikan)

X = Variabel Independen

β_0 = Konstanta/ intersep persamaan regresi populasi

β_1 = Koefisien regresi X1 pada persamaan regresi populasi

β_2 = Koefisien regresi X2 pada persamaan regresi populasi

e_i = random eror

2. Uji Statistik t

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen (X1 dan X2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y).⁴⁷ Dimana kriteria pengujiannya yaitu : Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka, H_0 diterima dan H_a ditolak. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka, H_0 ditolak dan H_a diterima.

3. Uji Simultan F

Uji F atau uji koefisien secara serentak, yaitu untuk mengetahui variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen, apakah berpengaruh signifikan atau tidak. Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat.⁴⁸

Dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut: Jika nilai profitabilitas lebih besar dari 0,05, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, ini berarti semua variabel independen atau bebas tidak mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat. Jika nilai profitabilitas lebih kecil dari 0,05, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, ini berarti semua variabel

⁴⁷ (Kuncoro, Mundjarab, 2011)

⁴⁸ (Kuncoro, Mundjarab, 2011)

independen atau bebas mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat.

4. Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) pada intinya digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model regresi dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol (0) dan satu (1). Nilai R² yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati 1 berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen. Dalam memberikan interpretasi secara sederhana terhadap angka indeks korelasi r pengaruh pengetahuan (X1) dan motivasi guru (X2) terhadap minat dalam memilih produk-produk Bank Syariah (Y) pada umumnya digunakan sebagai berikut:⁴⁹

Tabel 3.3. Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Determinasi

Proposi/ Internal Koefisien	Keterangan
0% - 19,99%	Sangat Rendah
20% - 39,99%	Rendah
40% - 59,99%	Sedang
60% - 79,99%	Kuat
80% - 100%	Sangat Kuat

49 (Sugiyono, 2013)

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Penyajian Data

4.1.1 Karakteristik Responden

Hasil penelitian yang dilakukan terhadap 50 responden Guru MAN Tambakberas Jombang. Karakteristik responden akan membuat uraian tentang frekuensi jawaban responden atas setiap item pernyataan.

4.1.1.1 Karakteristik Responden berdasarkan Umur

Hasil tabulasi data melalui distribusi frekuensi yang dilakukan pada penyebaran kuesioner kepada para responden berdasarkan umur, diketahui memiliki karakteristik seperti terlihat dalam tabel 4.1.

Tabel 4.1

Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

No	Tingkat Umur	Jumlah (orang)	Prosentase (%)
1	< 30 tahun	18	36
2	30 – 50 tahun	21	42
3	> 50 tahun	11	22
Total Jumlah		50	100

Sumber: Data primer diolah, Tahun 2021

Tabel tersebut menunjukkan responden yang berumur kurang dari 30 tahun sebanyak 18 orang (36%), yang berumur antara 30 – 50 tahun sebanyak 21 orang (42%) dan yang berumur lebih dari 50 tahun sebanyak 11 orang (22%). Hasil ini menunjukkan bahwa mayoritas Guru MAN Tambakberas Jombang yang menjadi responden penelitian ini adalah berusia antara 30 – 50 tahun.

4.1.1.2 Karakteristik Responden berdasarkan Tingkat Pendidikan

Hasil tabulasi data melalui distribusi frekuensi yang dilakukan pada penyebaran kuesioner kepada para responden berdasarkan tingkat pendidikan, diketahui memiliki karakteristik seperti terlihat dalam tabel 4.2.

Tabel 4.2

Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah (orang)	Prosentase (%)
1	Diploma	1	2
2	S-1	47	94
3	S-2	2	4
Total Jumlah		50	100

Sumber: Data primer diolah, Tahun 2021

Berdasarkan tabel 4.2 menunjukkan responden berdasarkan tingkat pendidikan, responden yang menempuh pendidikan diploma sebanyak 1 orang (2%), yang telah menempuh S-1 sebanyak 47 orang (94%) dan yang memiliki tingkat pendidikan S-2 sebanyak 2 orang (4%). Hasil ini menunjukkan bahwa mayoritas Guru MAN Tambakberas Jombang yang menjadi responden penelitian ini adalah memiliki pendidikan tingkat S-1.

4.1.1.3 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Hasil tabulasi data melalui distribusi frekuensi yang dilakukan pada penyebaran kuesioner kepada para responden berdasarkan jenis kelamin, diketahui memiliki karakteristik seperti terlihat dalam tabel 4.3.

Tabel 4.3

Karakteristik Responden Berdasarkan Masa Kerja

No	Jenis Kelamin	Jumlah (orang)	Prosentase (%)
1	Laki-laki	18	36
2	Perempuan	32	64
Total Jumlah		50	100

Sumber: Data primer diolah, Tahun 2021

Berdasarkan tabel 4.3 menunjukkan responden berdasarkan jenis kelamin, responden laki-laki sebanyak 18 orang (36%), dan yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 32 orang (64%). Hasil ini menunjukkan bahwa mayoritas Guru MAN Tambakberas Jombang yang menjadi responden penelitian ini adalah berjenis kelamin perempuan.

4.1.2 Uji Validitas dan Reliabilitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kesahihan sesuatu instrument yang diukur dengan menggunakan teknik korelasi product moment model pearson dengan kriteria, jika nilai signifikansinya lebih kecil 5% dapat dikemukakan bahwa butir-butir pertanyaan dinyatakan valid. Tabel 4.4 menunjukkan ringkasan hasil uji validitas masing-masing variabel dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.4
Ringkasan hasil uji Validitas

Item	Pearson Corelation	r _{tabel}	Hasil Uji
X1_1	0,544	0,444	VALID
X1_2	0,631	0,444	VALID
X1_3	0,588	0,444	VALID
X1_4	0,604	0,444	VALID
X1_5	0,574	0,444	VALID
X1_6	0,587	0,444	VALID
X1_7	0,777	0,444	VALID
X1_8	0,677	0,444	VALID
X1_9	0,645	0,444	VALID
X1_10	0,477	0,444	VALID
X1_11	0,470	0,444	VALID
X1_12	0,523	0,444	VALID
X1_13	0,558	0,444	VALID
X1_14	0,521	0,444	VALID

Item	Pearson Correlation	r _{tabel}	Hasil Uji
X1_15	0,740	0,444	VALID
X2_1	0,668	0,444	VALID
X2_2	0,460	0,444	VALID
X2_3	0,629	0,444	VALID
X2_4	0,699	0,444	VALID
X2_5	0,555	0,444	VALID
X2_6	0,633	0,444	VALID
X2_7	0,632	0,444	VALID
X2_8	0,548	0,444	VALID
y_1	0,714	0,444	VALID
y_2	0,568	0,444	VALID
y_3	0,868	0,444	VALID
y_4	0,868	0,444	VALID
y_5	0,731	0,444	VALID
y_6	0,514	0,444	VALID

Sumber: data primer diolah, tahun 2021

Tabel 4.4 menunjukkan tingkat signifikan korelasi antara skor indikator dengan skor total dari semua variabel atau nilai sig (2-tailed) menunjukkan lebih kecil alpha 0,05 atau 5%. Artinya bahwa skor total dari semua variabel mempunyai validitas yang tinggi. Tabel 4.5 di bawah ini merupakan ringkasan hasil uji reliabilitas masing-masing variabel dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut ini:

Tabel 4.5

Ringkasan hasil uji Reliabilitas

Variabel	Hasil	Kriteria	Simpulan
x1	0,879	> 0,6	Reliabel
x2	0,780	>0,6	Reliabel
Y	0,847	>0,6	Reliabel

Sumber : data primer diolah, Tahun 2021

Tabel 4.5 menunjukkan nilai koefisien nilai alpha cronbach setiap variabel lebih besar dari 0,6. Artinya bahwa data yang terkumpul melalui kuesioner mempunyai reliabilitas yang tinggi.

4.1.3 Deskripsi Data

Deskripsi data masing-masing variabel penelitian adalah sebagai berikut:

Tabel 4.6
Deskripsi Data Penelitian

Hasil Uji	Pengetahuan tentang produk bank Syariah	Motivasi memilih produk bank Syariah	Minat dalam memilih produk bank Syariah
Mean	42.28	20.28	21.76
Median	42.50	20.00	22.50
Mode	44	22	24
Std. Deviation	4.704	3.264	2.495
Variance	22.124	10.655	6.227
Range	23	14	7
Minimum	30	13	17
Maximum	53	27	24

Sumber : data primer diolah, Tahun 2021

Data variabel Pengetahuan tentang produk bank Syariah (X_1) mempunyai kisaran data antara 30 – 53, diperoleh nilai rata-rata sebesar 42,28 dan standar deviasi sebesar 4,704. Data variabel Motivasi memilih produk bank Syariah (X_2) mempunyai kisaran data antara 13– 27, diperoleh nilai rata-rata sebesar 20,28 dan standar deviasi sebesar 3,264. Data variabel minat dalam memilih produk bank Syariah (Y) mempunyai kisaran data antara 17– 24, diperoleh nilai rata-rata sebesar 21,76 dan standar deviasi sebesar 2,495.

4.2 Analisis Data dan Interpretasi

4.2.1 Analisis Data

4.2.1.1 Asumsi Data Penelitian

4.2.1.1.1 Uji Normalitas Data

Uji normalitas data digunakan untuk melihat dalam model regresi, variabel dependen dan independent atau keduanya mempunyai distribusi normal ataukah tidak. Model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal. Hasil uji normalitas adalah sebagai berikut:

Tabel 4.7
Hasil Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		50
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.99202055
Most Extreme Differences	Absolute	.087
	Positive	.066
	Negative	-.087
Test Statistic		.087
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Sumber : data primer diolah, Tahun 2021

Hasil perhitungan normalitas di atas menunjukkan bahwa pengujian normalitas data residual memiliki nilai uji statistik Kolmogorov Smirnov Z sebesar 0,200 dengan signifikansi (p) sebesar 0,051. Oleh karena itu, $p > 0,05$ maka disimpulkan bahwa data dalam penelitian terdistribusi normal. Dengan demikian diketahui bahwa data penelitian memenuhi asumsi normalitas.

4.2.1.1.2 Uji Homogenitas Data

Uji homogenitas merupakan pengujian asumsi dengan tujuan untuk membuktikan data yang dianalisis berasal dari populasi yang tidak jauh berbeda keragamannya (*varians*). Pengujian ini sebagai uji persyaratan berikutnya sebelum penggunaan teknik analisis. Hal tersebut dimaksudkan untuk memberi keyakinan

apakah varians variabel terikat (Y) pada setiap skor variabel bebas (X1) dan (X2) bersifat homogen atau tidak. Untuk menentukan homogenitas digunakan kriteria sebagai berikut: Signifikansi uji (α) = 0,05 Jika $\text{sig} > \alpha$, maka variansi sampel sama (homogen) Jika $\text{sig} < \alpha$, maka variansi setiap sampel tidak sama (tidak homogen). Hasil uji homogenitas adalah sebagai berikut:

Tabel 4.8
Hasil Uji Homogenitas

Variabel	Sig	Keterangan	Kesimpulan
Pengetahuan tentang produk bank Syariah	0,861	$\text{sig} > \alpha$	Homogen
Motivasi memilih produk bank Syariah	0,452	$\text{sig} > \alpha$	Homogen

Sumber : data primer diolah, Tahun 2021

Hasil uji homogenitas di atas menunjukkan bahwa nilai sig pengetahuan tentang produk bank Syariah sebesar 0,861 dan nilai sig motivasi memilih produk bank Syariah sebesar 0,452 sehingga kedua variabel ini memiliki nilai $\text{sig} > \alpha$ dan dinyatakan homogen.

4.2.1.1.3 Uji Linearitas Data

Bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear secara signifikansi atau tidak. Jika, nilai signifikansi (Sig) lebih besar dari 0,05 maka terdapat hubungan yang linear antara kedua variabel. Dan sebaliknya, jika signifikansi (Sig) lebih kecil dari 0,05 maka tidak terdapat hubungan yang linear antara kedua variabel. Hasil uji linearitas data sebagai berikut.

Tabel 4.9
Hasil Uji Linearitas

Variabel	Sig	Keterangan	Kesimpulan
Pengetahuan tentang produk bank Syariah	0,008	sig < α	Linear
Motivasi memilih produk bank Syariah	0,000	sig < α	Linear

Sumber: data primer diolah, Tahun 2021

Hasil uji linear di atas menunjukkan bahwa nilai sig pengetahuan tentang produk bank Syariah sebesar 0,008 dan nilai sig motivasi memilih produk bank Syariah sebesar 0,000 sehingga kedua variabel ini memiliki nilai sig < α dan dinyatakan linear.

4.2.1.1.4 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas yang satu dengan yang lain. Uji ini dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Salah satu cara untuk mendeteksi ada tidaknya masalah multikolinieritas yaitu dengan melihat VIF. Jika nilai VIF kurang dari 10 dan nilai *tolerance* diatas 0,10 maka tidak terdapat gejala multikolinieritas dan begitu pula sebaliknya.

Tabel 4.10
Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
PENGETAHUAN TENTANG PRODUK-PRODUK BANK SYARIAH	.937	1.067
Motivasi Memilih Produk-Produk Bank Syariah	.937	1.067

Sumber : data primer diolah, Tahun 2021

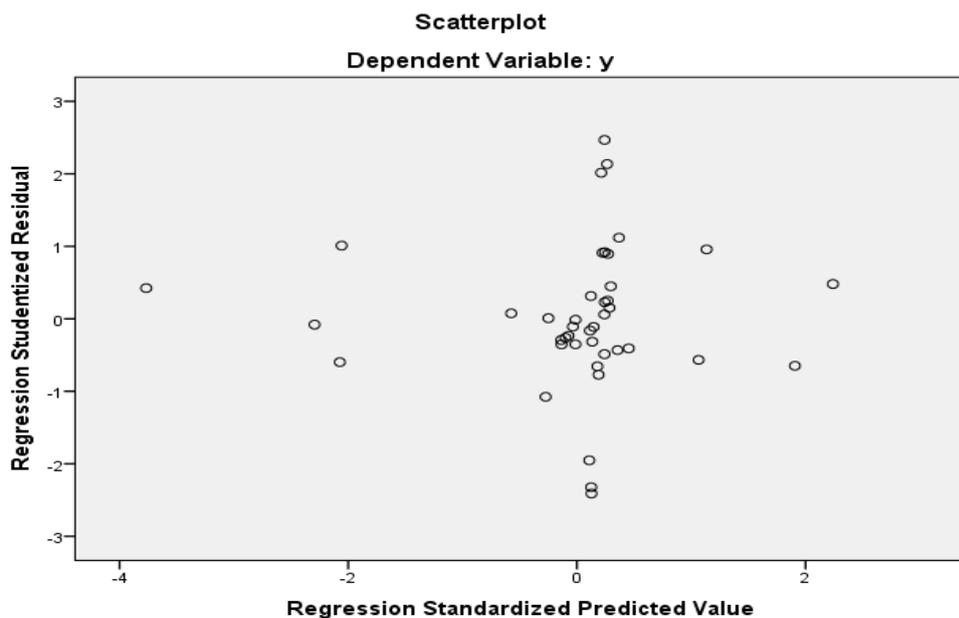
Hasil perhitungan multikolinearitas sebagaimana terlihat pada tabel 4.9 di atas menunjukkan bahwa kedua data penelitian tidak mengalami multikolinearitas, karena kedua variabel independen memiliki VIF < 10 dan atau memiliki *tolerance*

> 0,1. Dengan demikian diketahui data penelitian memenuhi asumsi bebas multikolinearitas.

4.2.1.1.5 Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain dalam model regresi. Model regresi yang baik adalah jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain berbeda. Heteroskedastisitas dapat dilihat melalui grafik plot (*scatterplot*) antara nilai prediksi variabel dependen dengan residualnya. Apabila pola pada grafik ditunjukkan dengan titik-titik menyebar secara acak (tanpa pola yang jelas) serta tersebar diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

Gambar 4.1
Scatterplot Dependen Variabel



Grafik *scatterplot* terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak dan tidak membentuk suatu pola tertentu serta tersebar baik diatas maupun di bawah angka 0

pada sumbu Y, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas pada model regresi ini, sehingga model regresi ini layak dipakai untuk memprediksi konservatisme akuntansi berdasarkan masukan variabel independen.

4.2.1.2 Uji Regresi

Hasil analisis SPSS diperoleh hasil regresi sebagai berikut:

Tabel 4.11
Hasil Regresi

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	8.214	2.883		2.849	.006
PENGETAHUAN TENTANG PRODUK-PRODUK BANK SYARIAH	.149	.064	.282	2.341	.024
Motivasi Memilih Produk-Produk Bank Syariah	.356	.092	.466	3.876	.000

Sumber : data primer diolah, Tahun 2021

Persamaan regresi linier berganda yang dihasilkan dari hasil tersebut adalah:

$$Y = 8,214 + 0,149X_1 + 0,356X_2 + e$$

Interpretasi dari persamaan di atas sebagai berikut:

1. Nilai konstanta sebesar 8,214, artinya bahwa apabila variabel pengetahuan tentang produk bank Syariah dan motivasi memilih produk bank Syariah dalam kondisi konstan (tetap) maka ada minat dalam memilih produk bank Syariah berada dalam kondisi stabil dengan 8,214 point.
2. Nilai koefisien regresi variabel pengetahuan tentang produk bank Syariah bernilai positif sebesar 0,149. Hal ini menunjukkan bahwa apabila pengetahuan tentang produk, pengetahuan pembelian, dan pengetahuan pemakaian produk bank Syariah meningkat satu point maka minat responden dalam memilih produk bank Syariah juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,149 point.
3. Nilai koefisien regresi variabel motivasi baik motivasi internal maupun eksternal dalam memilih produk bank Syariah bernilai positif sebesar 0,356. Hal ini menunjukkan

bahwa apabila motivasi memilih produk bank Syariah meningkat satu point maka minat dalam memilih produk bank Syariah juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,356 point.

4.2.1.3 Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini terbagi menjadi 3 bagian. Pengujian hipotesis digunakan uji t dan uji F. Hasil analisis SPSS adalah sebagai berikut:

4. Pengaruh pengetahuan Guru MAN Tambakberas Jombang terhadap minat dalam memilih produk-produk Bank Syariah

Pengujian t statistik dilakukan untuk menguji setiap variabel bebas (X) apakah mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (Y) secara parsial. Hasil uji t adalah sebagai berikut:

Tabel 4.12
Keberartian Regresi (uji t)

Model	t	Sig.
1 (Constant)	2.849	.006
PENGETAHUAN TENTANG PRODUK-PRODUK BANK SYARIAH	2.341	.024
Motivasi Memilih Produk-Produk Bank Syariah	3.876	.000

Sumber : data primer diolah, Tahun 2021

Uji keberartian regresinya dilakukan uji t, adapun kaidah keputusan untuk uji t adalah jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak artinya tidak signifikan. Dengan menggunakan program SPSS 23 diperoleh nilai t_{hitung} 2,341 untuk variabel pengetahuan tentang produk bank Syariah. Untuk memperoleh nilai t_{tabel} dengan taraf signifikansi 0,05 digunakan rumus $N - K$ (N = jumlah sampel, K = jumlah variabel) sehingga t_{tabel} dari $50 - 2 = 48$ adalah 2,010. Oleh karenanya nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak sehingga dapat disimpulkan variabel Pengetahuan tentang produk bank Syariah berpengaruh signifikan terhadap minat dalam memilih produk bank Syariah.

5. Pengaruh motivasi Guru MAN Tambakberas Jombang berpengaruh terhadap minat dalam memilih produk-produk Bank Syariah.

Nilai t_{hitung} 3,876 untuk variabel motivasi memilih produk bank Syariah. Nilai t_{tabel} sebesar 2,010. Oleh karenanya nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak sehingga dapat disimpulkan variabel motivasi memilih produk bank Syariah berpengaruh signifikan terhadap minat dalam memilih produk bank Syariah.

6. Pengaruh pengetahuan dan motivasi Guru MAN Tambakberas Jombang secara simultan terhadap minat dalam memilih produk-produk Bank Syariah.

Hasil uji analisis pengaruh pengetahuan dan motivasi Guru MAN Tambakberas Jombang secara simultan terhadap minat dalam memilih produk-produk Bank Syariah menggunakan SPSS diperoleh sebagai berikut:

Tabel 4.13

Hasil Uji F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	110.681	2	55.340	13.377	.000 ^b
	Residual	194.439	47	4.137		
	Total	305.120	49			

Sumber : data primer diolah, Tahun 2021

Uji F bertujuan untuk menguji apakah variabel bebas yang terdiri dari variabel pengetahuan tentang produk bank Syariah dan motivasi memilih produk bank Syariah secara bersama-sama mampu mempengaruhi variabel terikat yaitu minat dalam memilih produk bank Syariah. Berdasarkan tabel 4.12, hasil uji regresi dapat diketahui nilai $F_{hitung} = 13,377$ dengan tingkat signifikan sebesar 0.000. Sementara itu F_{tabel} sebesar 3,20 sehingga $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ maka signifikan, artinya terdapat pengaruh yang signifikan pengetahuan tentang produk bank Syariah dan motivasi memilih produk bank Syariah secara bersama-sama terhadap minat dalam memilih produk bank Syariah.

Analisis korelasi dapat dilanjutkan dengan menghitung koefisien determinasi. Koefisien determinasi ini berfungsi untuk mengetahui presentase besarnya pengaruh variabel *independen* dan variabel *dependen*. Hasil uji koefisien determinasi (R^2) adalah sebagai berikut:

Tabel 4.14

Hasil uji koefisien determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.602 ^a	.363	.336	2.034

Sumber : data primer diolah, Tahun 2021

Hasil perhitungan nilai *R Square* sebesar 0,363 (36,3%). Hal ini berarti bahwa kontribusi pengetahuan tentang produk bank Syariah dan motivasi memilih produk bank Syariah terhadap minat dalam memilih produk bank Syariah adalah sebesar 36,3% sedangkan sisanya sebesar 63,7% (diperoleh dari 100%-36,3%) yang menunjukkan besaran pengaruh dari variabel lain di luar model penelitian ini.

4.2.2 Interpretasi

Pembahasan ini dipergunakan untuk membahas rumusan masalah sebagaimana yang telah tersaji di bab 1.

1. Pengaruh Pengetahuan tentang produk bank Syariah terhadap minat dalam memilih produk bank Syariah Guru MAN Tambakberas Jombang

Hasil perhitungan data melalui SPSS pengetahuan tentang produk bank Syariah terhadap minat dalam memilih produk bank Syariah Guru MAN Tambakberas Jombang diperoleh nilai t_{tabel} sebesar 2,341 dan nilai signifikansi 0,024. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel Pengetahuan tentang produk bank Syariah berpengaruh secara parsial terhadap minat dalam memilih produk bank Syariah Guru MAN Tambakberas Jombang.

(Engel)⁵⁰ menjelaskan bahwa secara umum, pengetahuan dapat didefinisikan sebagai informasi yang disimpan didalam ingatan. Himpunan bagian dari informasi total yang relevan dengan fungsi konsumen di dalam pasar yang disebut pengetahuan konsumen. Kemudian Engel membagi pengetahuan konsumen dalam tiga bidang umum, yaitu pengetahuan produk (*product knowledge*), pengetahuan pembelian (*purchase knowledge*), dan pengetahuan pemakaian (*usage knowledge*).

Pengetahuan merupakan hasil tahu yang terjadi setelah orang melakukan penginderaan terhadap suatu objek tertentu. Penginderaan terjadi melalui pancaindra manusia, yaitu: indra penglihatan, pendengaran, penciuman, rasa dan raba. Sebagian besar pengetahuan manusia diperoleh melalui pendidikan, pengalaman orang lain, media masa maupun lingkungan. (Fahmi)⁵¹ Pengetahuan produk merupakan kumpulan berbagai macam informasi mengenai produk. Pengetahuan ini meliputi merek, atribut, atau fitur produk dan kepercayaan mengenai produk.

2. Pengaruh Motivasi memilih produk bank Syariah terhadap Minat dalam memilih produk bank Syariah Guru MAN Tambakberas Jombang

Hasil perhitungan data melalui SPSS variabel motivasi memilih produk bank Syariah terhadap minat dalam memilih produk bank Syariah Guru MAN Tambakberas Jombang diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 3,876 dan nilai signifikansi 0,000. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel motivasi memilih produk bank Syariah secara parsial terhadap minat dalam memilih produk bank Syariah Guru MAN Tambakberas Jombang.

Motivasi adalah sebuah faktor yang mengakibatkan munculnya, memberi arah, dan menginterpretasikan perilaku seseorang. Hal itu biasanya dibagi dalam

⁵⁰ Engel, et.al. Perilaku Konsumen. Edisi: 6, Jilid:1. Jakarta: Binarupa Aksara, 2006, h. 97

⁵¹ Fahmi Gunawan, *Senarai Penelitian Pendidikan, Hukum, dan Ekonomi di Sulawesi Tenggara*, (Yogyakarta: Deepublish, 2018), h.5

dua komponen, yaitu dorongan dan penghapusan. Dorongan mengacu pada proses internal yang mengakibatkan seseorang itu beraksi. Penghilangan mengacu pada terhapusnya motif seseorang disebabkan individu tersebut telah berhasil mencapai satu tujuan atau mendapat ganjaran memuaskan. (Sutarto)⁵²

Motivasi berkaitan dengan keputusan karena dengan rangsangan yang di berikan individu ataupun kelompok dapat terpengaruhi untuk mengambil suatu tindakan, suatu perbuatan pada umumnya di motivasi atas dasar suatu keinginan atau kebutuhan, dengan tujuan untuk mencapai kepuasan individu ataupun kelompok tertentu.

3. Pengaruh Pengetahuan tentang produk bank Syariah dan Motivasi Memilih Produk-Produk Bank Syariah terhadap minat dalam memilih produk bank Syariah

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengetahuan tentang produk bank Syariah dan motivasi memilih produk bank Syariah berpengaruh terhadap minat dalam memilih produk bank Syariah. Hal ini dibuktikan melalui uji F dengan nilai 13,377 dan tingkat signifikan sebesar 0.000.

Minat seseorang terhadap suatu objek akan lebih kelihatan apabila objek tersebut sesuai sasaran dan berkaitan dengan keinginan dan kebutuhan seseorang yang bersangkutan. Minat merupakan sifat yang relatif menetap pada diri

⁵² Sutarto Wijono, *Psikologi Industri dan Organisasi*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010, h. 20

seseorang. Minat ini besar pengaruhnya dengan minat seseorang akan melakukan sesuatu yang diminatinya. (Darmadi)⁵³

Seseorang yang memiliki keinginan atau motivasi terhadap suatu kegiatan tentunya ia akan melakukan atas keinginan dirinya sendiri. Keinginan merupakan indikator minat yang datang dari dorongan diri, apabila yang dituju sesuatu yang nyata. Sehingga dari dorongan tersebut timbul keinginan dan minat untuk mengerjakan suatu pekerjaan. Minat bisa berhubungan dengan gaya gerak yang mendorong kita cenderung atau rasa tertarik pada orang, benda, atau keinginan ataupun bisa berupa pengalaman yang efektif yang dirangsang oleh kegiatan itu sendiri. Sehingga perasaan tertarik merupakan indicator yang menunjukkan minat seseorang. (Noor)⁵⁴

⁵³ Darmadi, *Pengembangan Model Dinamika Pembelajaran*, Yogyakarta: Deepublish, 2017, h.307

⁵⁴ Noor Komari Pratiwi, "Pengaruh Tingkat Pendidikan, Perhatian Orang Tua, Dan Minat Belajar Siswa Terhadap Prestasi Belajar Bahasa Indonesia Siswa SMK Kesehatan Di Kota Tangerang", (Jurnal Pujangga Universitas Indraprasta PGRI, vol.1 no.2, 2015)

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan penelitian ini antara lain:

1. Ada pengaruh Pengetahuan tentang produk bank Syariah terhadap minat dalam memilih produk bank Syariah Guru MAN Tambakberas Jombang dengan nilai t_{tabel} sebesar 2,341 dan nilai signifikansi 0,024. Hal ini disebabkan karena pengetahuan masyarakat tentang perbankan syariah dengan sistem bagi hasilnya dan perbankan syariah adalah bank Islam.
2. Ada pengaruh Motivasi memilih produk bank Syariah terhadap Minat dalam memilih produk bank Syariah Guru MAN Tambakberas Jombang dengan nilai t_{hitung} sebesar 3,876 dan nilai signifikansi 0,000. Hal ini disebabkan karena motivasi sebagai dorongan yang mengakibatkan munculnya, memberi arah, dan menginterpretasikan perilaku seseorang. Dorongan mengacu pada proses internal yang mengakibatkan seseorang itu beraksi. Penghilangan mengacu pada terhapusnya motif seseorang disebabkan individu tersebut telah berhasil mencapai satu tujuan atau mendapatkan ganjaran memuaskan.
3. Ada pengaruh pengetahuan tentang produk bank Syariah dan motivasi memilih produk-produk bank syariah terhadap minat dalam memilih produk bank Syariah dengan nilai 13,377 dan tingkat signifikan sebesar 0.000. Pengetahuan manusia diperoleh melalui pendidikan, pengalaman orang lain, media masa maupun lingkungan. Minat seseorang akan semakin tinggi bila disertai motivasi, baik yang bersifat internal ataupun eksternal.

5.2 Saran

Saran-saran penelitian ini adalah:

1. Bagi Peneliti selanjutnya

Penelitian ini hanya meneliti dua variabel yang mempengaruhi dari minat dalam memilih produk bank Syariah, sedangkan minat dalam memilih produk bank Syariah dipengaruhi oleh banyak faktor. Untuk itu, peneliti selanjutnya dapat melanjutkan penelitian ini dengan variabel yang berbeda dengan penelitian ini, sehingga faktor-faktor dari minat dalam memilih produk bank Syariah dapat dibuktikan secara statistic.

2. Bagi bank syariah

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Pengetahuan tentang produk bank Syariah dan motivasi memilih produk bank Syariah mampu memberikan kontribusi terhadap minat dalam memilih produk bank Syariah. Pimpinan tentunya tetep terus meningkatkan model atau pola pengetahuan tentang produk bank Syariah yang disesuaikan dengan kondisi sekarang dan juga meningkatkan motivasi memilih produk bank Syariah sehingga mampu menjaga ritme minat dalam memilih produk bank Syariah.

5.3 Penutup

Alhamdulillah penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena dengan rahmat Allah dan hidayah-nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada baginda Rasulullah Muhammad SAW yang kita harapkan syafa'atnya kelak di hari kiamat.

Penulis menyadari meskipun dalam penulisan skripsi ini telah berusaha semaksimal mungkin, namun dalam penulisan ini tidak lepas dari kesalahan dan kekeliruan. Hal itu semata-mata merupaka keterbatasan ilmu dan kemampuan yang penulis miliki. Oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik demi perbaikan yang akan datang untuk mencapai kesempurnaan.

Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat menambah khasanah keilmuan, bermanfaat bagi penulis pada khususnya dan bagi pembaca pada umumnya. Amin

DAFTAR PUSTAKA

- Ali Hasan, 2010. *Marketing Bank Syariah*, Bogor: Ghalia Indonesia
- Amir Machmud, Rukmana, 2010. *Bank Syariah Teori, Kebijakan dan Studi Empiris di Indonesia*, Jakarta: Penerbit Erlangga
- Andespa, Roni. 2017. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah. Dalam Menabung Di Bank Syariah*. Padang: Universitas Islam Negeri. Imam Bonjol
- Andri Wicaksono, 2017. *Pengkajian Prosa Fiksi*, Yogyakarta: Garudhawaca
- Darmadi, 2017. *Pengembangan Model Dinamika Pembelajaran*, Yogyakarta: Deepublish
- Donni Juni, 2017. *Perilaku Konsumen*, Bandung: Alfabeta
- Engel, et.al. 2006. *Perilaku Konsumen*. Edisi: 6, Jilid:1. Jakarta: Binarupa Aksara
- Erna Ferrinadewi, 2008. *Merek dan Psikologi Konsumen*, Yogyakarta: Graha Ilmu
- Fahd Noor dan Yulizar Djamaludin Sanrego, “*Preferensi Masyarakat Pesantren Terhadap Bank Syariah*” (artikel Ilmiah Ekonomi Universitas Sulawesi Barat).
- Fahmi Gunawan, 2018. *Senarai Penelitian Pendidikan, Hukum, dan Ekonomi di Sulawesi tenggara*, Yogyakarta: Deepublish
- Fitriana, www.kompasiana.com diakses pada tanggal 24 Juni 2021.
- Hendra, AW. 2008. Diambil Tanggal 27 Mei 2021. Dari [http://ajangberkarya.wordpress.com/2008/06/07/konsep pengetahuan](http://ajangberkarya.wordpress.com/2008/06/07/konsep%20pengetahuan).
- Husadatama, Galuh. “Analisis Determinasi Pemahaman Pemilihan Perbankan Oleh Masyarakat Pondok Pesantren Lirboyo Kota Kediri Jawa Timur (Studi Kasus Pondok Pesantren Lirboyo Kota Kediri)”. *Jurnal Ilmiah*. Malang: Universitas Brawijaya, vol. 7
- Kasmadi dan Nia Siti Sunariah, 2016. *Panduan Modern Penelitian Kuantitatif*, Bandung: Alfabeta,
- Kasmir, 2012. *Manajemen Perbankan*. Jakarta: PT.Grapindo Persada
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin lane, 2009. *Manajemen Pemasaran*, edisi ketiga belas, Jilid 2, Jakarta: Erlangga

- Mudjarab Kuncoro, 2011. *Metode Kuantitatif Teori dan Aplikasi untuk Bisnis dan Ekonomi, Edisi Keempat*, Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan STIM YKPN
- Muhyidin, “*Pengaruh Citra Perusahaan, Pengetahuan Produk Bank, Kepercayaan, Dan Pelayanan Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating*” (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Salatiga. Skripsi. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam. IAIN Salatiga, 2017
- Noor Komari Pratiwi, 2015. “*Pengaruh Tingkat Pendidikan, Perhatian Orang Tua, Dan Minat Belajar Siswa Terhadap Prestasi Belajar Bahasa Indonesia Siswa SMK Kesehatan Di Kota Tangerang*”, Jurnal Pujangga Universitas Indraprasta PGRI, vol.1 no.2
- Notoatmodjo, S. 2007. *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Jakarta: PT Rineka Cipta
- Nurul & Dhiani, 2014. *Manajemen Pengetahuan: Teori dan Praktek*. Yogyakarta: UGM Press
- Purwa Atmaja Prawira, 2016. *Psikologi Pendidikan Dalam Perspektif Baru*, Yogyakarta: ArRuzz Media
- Singgih D. Gunarsa, 2008. *Psikologi Olahraga Prestasi*, Jakarta: Gunung Mulia
- Singgih Santoso, 2000. *Buku Latihan SPSS Statistik Parametrik*, Jakarta: PT Elex Media Komputindo
- Slameto, 2010. *Belajar dan Faktor-faktor yang Mempengaruhinya*, Jakarta: Rineka Cipta
- Sudarsono, 2008. *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*. Yogyakarta: Ekonisia
- Sugiono, 2013. *Metode penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*, Bandung: Alfabeta
- Sugiono, 2014. *Statistik Untuk Penelitian*, Bandung: Alfabeta
- Sunaryo, 2014. *Psikologi untuk Keperawatan*, Jakarta: Buku Kedokteran
- Sutarto Wijono, 2010. *Psikologi Industri dan Organisasi*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Wiratna Sujarweni, 2012. *SPSS untuk Paramedis*, Yogyakarta: Gava Media
- Wiratna Sujarweni, 2015. *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, Yogyakarta: Pustaka Baru Press

Wulandari, Dwitya Pratiwi. 2018. "*Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah untuk Menggunakan layanan Mobile Banking pada PT Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Lubuk Pakam*", Skripsi, Sumatra Utara: UIN Sumatra Utara

Lampiran 1

KUESIONER PENELITIAN

Kepada Yth.
Bapak/Ibu Guru MAN Tambakberas Jombang
Di tempat

Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Ba'da salam semoga Allah senantiasa melimpahkan rahmat, taufiq serta hidayah
Nya kepada kita semua.

Saya Muliana Irmawati Agustina NIM: *1705036140* mahasiswa
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo
Semarang bermaksud untuk melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh
Pengetahuan dan Motivasi Guru MAN Tambakberas Jombang terhadap Minat dalam
Memilih Produk-Produk Bank Syariah."

Sehubungan dengan ini, maka saya mohon bantuan Bapak/Ibu Guru MAN
Tambakberas Jombang untuk mengisi butir angket dengan sejujur-jujurnya dan sesuai
dengan keadaan masing-masing. Kejujuran Bapak/Ibu Guru MAN Tambakberas Jombang
sangat saya harapkan.

Atas bantuan serta partisipasinya saya mengucapkan banyak terima kasih.
Wassalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Semarang, September 2021
Hormat Saya

Muliana Irmawati Agustina
NIM: *1705036140*

Identitas Diri

Nama/Panggilan :
Pendidikan :
Usia :
Jenis Kelamin :

Petunjuk Pengisian Angket

- a. Bacalah dan fahami setiap pertanyaan butir angket, agar tidak menimbulkan kesulitan dalam pengisian angket.
- b. Jawablah pernyataan butir angket dengan cara menyilang (X) pada pilihan jawaban yang sesuai dengan keadaan diri

Selamat Mengerjakan

PENGETAHUAN TENTANG PRODUK-PRODUK BANK SYARIAH

Keterangan:

STT = Sangat Tidak Tahu

TT = Tidak Tahu

T = Tahu

ST = Sangat Tahu

NO	PERNYATAAN	STT	TT	T	ST
1	Apakah anda mengetahui syarat membuka tabungan di Bank Syariah				
2	Apakah anda mengetahui perbedaan bank syariah dan bank konvensional				
3	Apakah anda mengetahui Nama-nama bank syariah di indonesia				
4	Apakah anda mengetahui Produk-produk dibank syariah				
5	Apakah Bank syariah sebagai bank yang berlandaskan nilai islam, tidak mengenal riba/bunga				
6	Apakah Giro Wadiah sebagai salah satu produk penghimpunan dana di bank syariah?				
7	Apakah Ijarah (sewa) sebagai salah satu produk jasa perbankan syariah?				
8	Apakah Bank syariah menggunakan prinsip bagi hasil?				
9	Apakah Bank syariah hanya bersedia membiayai investasi yang halal?				
10	Apakah Bank syariah adalah bank yang berlandaskan nilai ekonomi Islam?				

NO	PERNYATAAN	STT	TT	T	ST
11	Apakah di dalam bank syariah terdapat DPS (Dewan Pengawas Syariah) yang bertugas mengawasi operasionalnya?				
12	Apakah transaksi di bank syariah menggunakan akad-akad syariah (mudharabah, musyarakah, wadiah, ijarah, murabahah dll)?				
13	Apakah tabungan wadiah dan deposito mudharabah sebagai produk simpanan di bank syariah?				
14	Apakah bank syariah terdapat produk pembiayaan dengan akad murabahah (jual beli)?				
15	Apakah bank syariah terdapat produk jasa dalam akad wakalah (pembayaran telepon, listrik dll)?				

Motivasi Memilih Produk-Produk Bank Syariah

Keterangan:

STS = Sangat Tidak Setuju

TS = Tidak Setuju

S = Setuju

SS = Sangat Setuju

NO	PERNYATAAN	STS	TS	S	SS
1	Saya lebih nyaman untuk transaksi keuangan di lokasi yang strategis				
2	Saya lebih nyaman transaksi keuangan di kantor/bank yang memiliki fasilitas lengkap				
3	Saya termotivasi untuk menjadi nasabah perbankan syariah				
4	Saya termotivasi menjadi nasabah bank syariah karena menggunakan syariat islam				
5	Saya termotivasi menjadi nasabah bank syariah karena tidak menggunakan sistem bunga				
6	Saya termotivasi menjadi nasabah bank syariah karena lebih menguntungkan				
7	Saya termotivasi menjadi nasabah bank syariah karena lebih amanah dalam mengelola dana nasabah				
8	Perbankan syariah memberikan keamanan bertransaksi.				

Minat dalam Memilih Produk-Produk Bank Syariah

Keterangan:

STS = Sangat Tidak Setuju

TS = Tidak Setuju

S = Setuju

SS = Sangat Setuju

NO	PERNYATAAN	STS	TS	S	SS
1	Saya berusaha mencari tahu informasi mengenai produk-produk Bank Syariah dari media informasi apapun				
2	Saya lebih tertarik transaksi di bank syariah				
3	Kejelasan bagi hasil di bank syariah memberikan kepuasan bagi saya.				
4	Saya tertarik dengan produk bank syariah yang bervariasi				
5	Saya tertarik dengan produk pembiayaan mudharabah karena sangat mudah untuk dipahami.				
6	Saya akan membuka rekening bank syariah				

DATA UJI INSTRUMEN
PENGETAHUAN TENTANG PRODUK-PRODUK BANK SYARIAH

No	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	Total
1	3	4	3	3	4	2	3	4	4	4	3	4	2	2	4	78
2	4	4	4	2	3	2	2	4	4	2	2	4	4	4	4	76
3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	91
4	4	4	3	3	2	2	4	2	3	4	2	4	4	3	4	79
5	4	2	3	4	2	1	3	4	2	2	3	4	4	4	4	73
6	4	3	3	3	4	2	3	4	3	2	3	2	4	3	3	74
7	4	4	2	3	1	1	2	3	4	3	1	4	3	4	3	71
8	4	4	4	4	2	4	3	4	4	3	2	4	4	4	4	82
9	4	4	2	4	2	2	4	4	4	4	4	4	2	4	4	90
10	4	4	4	2	2	2	2	4	4	2	2	4	4	4	4	72
11	4	4	4	4	3	2	4	4	4	3	2	4	3	3	4	80
12	3	4	4	4	4	2	4	4	4	2	2	4	4	3	4	82
13	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	2	4	80
14	3	1	2	1	1	1	2	2	2	1	2	3	1	2	2	39
15	4	3	3	3	2	2	3	4	4	2	2	4	3	3	4	66
16	4	4	3	3	4	2	4	3	3	3	3	4	3	3	4	78
17	4	4	4	4	4	2	4	4	4	2	4	4	4	2	4	87
18	4	4	4	2	2	1	3	4	4	3	1	4	3	2	3	70
19	1	3	2	2	2	1	2	3	2	4	2	4	2	2	4	54
20	2	4	2	4	2	1	1	1	3	1	2	2	3	1	2	48

Motivasi Memilih Produk-Produk Bank Syariah

No	1	2	3	4	5	6	7	8	Total
1	3	3	2	3	3	2	3	3	31
2	4	3	2	3	3	2	3	4	35
3	3	2	2	2	3	2	1	4	30
4	3	3	3	4	4	3	4	4	40
5	3	3	3	4	4	3	3	4	39
6	4	3	1	4	4	3	3	4	35
7	3	3	2	3	3	2	3	2	29
8	3	3	2	3	3	3	3	3	33
9	4	3	4	4	3	4	4	3	41
10	3	3	2	3	3	2	2	3	29
11	4	3	3	3	3	3	3	3	37
12	3	2	2	3	2	3	3	3	31
13	3	1	1	1	4	1	4	4	31
14	3	3	2	3	3	3	4	3	34
15	2	3	2	2	3	2	2	3	27
16	3	2	2	3	3	4	3	3	32
17	3	3	3	3	3	4	3	4	37
18	3	3	3	4	4	3	3	3	36
19	3	2	2	3	3	2	2	3	29
20	2	2	2	2	2	2	2	2	22

Minat dalam Memilih Produk-Produk Bank Syariah

No	1	2	3	4	5	6	Total
1	4	4	4	4	3	3	79
2	4	4	4	4	3	4	81
3	4	4	3	3	3	3	71
4	4	3	4	4	4	4	84
5	4	4	4	4	4	4	86
6	4	4	4	4	3	4	81
7	3	3	3	3	3	4	69
8	4	4	4	4	4	4	83
9	4	4	4	4	4	4	88
10	3	3	3	3	3	3	66
11	4	3	4	4	4	4	87
12	3	3	3	3	3	4	72
13	4	3	3	3	3	4	66
14	4	3	3	4	3	3	72
15	3	3	3	3	3	3	62
16	4	4	4	4	4	4	81
17	4	3	4	4	4	4	79
18	4	4	4	4	3	3	80
19	3	3	4	3	3	4	72
20	3	3	3	3	3	3	65

Validitas: PENGETAHUAN TENTANG PRODUK-PRODUK BANK SYARIAH

		Total_X1
X1_1	Pearson Correlation	.544
	Sig. (2-tailed)	.013
	N	20
X1_2	Pearson Correlation	.631
	Sig. (2-tailed)	.003
	N	20
X1_3	Pearson Correlation	.588
	Sig. (2-tailed)	.006
	N	20
X1_4	Pearson Correlation	.604
	Sig. (2-tailed)	.005
	N	20
X1_5	Pearson Correlation	.574
	Sig. (2-tailed)	.008
	N	20
X1_6	Pearson Correlation	.587
	Sig. (2-tailed)	.006
	N	20
X1_7	Pearson Correlation	.777
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	20
X1_8	Pearson Correlation	.677
	Sig. (2-tailed)	.001
	N	20
X1_9	Pearson Correlation	.645
	Sig. (2-tailed)	.002
	N	20
X1_10	Pearson Correlation	.477
	Sig. (2-tailed)	.034
	N	20
X1_11	Pearson Correlation	.470
	Sig. (2-tailed)	.036
	N	20
X1_12	Pearson Correlation	.523
	Sig. (2-tailed)	.018
	N	20
X1_13	Pearson Correlation	.558
	Sig. (2-tailed)	.011
	N	20

		Total_X1
X1_14	Pearson Correlation	.521
	Sig. (2-tailed)	.018
	N	20
X1_15	Pearson Correlation	.740
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	20
Total_X1	Pearson Correlation	1
	N	20

Validitas: Motivasi Memilih Produk-Produk Bank Syariah

Correlations

		Total_X2
X2_1	Pearson Correlation	.668
	Sig. (2-tailed)	.001
	N	20
X2_2	Pearson Correlation	.460
	Sig. (2-tailed)	.041
	N	20
X2_3	Pearson Correlation	.629
	Sig. (2-tailed)	.003
	N	20
X2_4	Pearson Correlation	.699
	Sig. (2-tailed)	.001
	N	20
X2_5	Pearson Correlation	.555
	Sig. (2-tailed)	.011
	N	20
X2_6	Pearson Correlation	.633
	Sig. (2-tailed)	.003
	N	20
X2_7	Pearson Correlation	.632
	Sig. (2-tailed)	.003
	N	20
X2_8	Pearson Correlation	.548
	Sig. (2-tailed)	.012
	N	20
Total_X2	Pearson Correlation	1
	N	20

Validitas: Minat dalam Memilih Produk-Produk Bank Syariah

Correlations

		Total_Y
y_1	Pearson Correlation	.714
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	20
y_2	Pearson Correlation	.568
	Sig. (2-tailed)	.009
	N	20
y_3	Pearson Correlation	.868
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	20
y_4	Pearson Correlation	.868
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	20
y_5	Pearson Correlation	.731
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	20
y_6	Pearson Correlation	.514
	Sig. (2-tailed)	.020
	N	20
Total_Y	Pearson Correlation	1
	N	20

Reliability: PENGETAHUAN TENTANG PRODUK-PRODUK BANK SYARIAH

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	20	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	20	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.879	15

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
X1_1	3.55	.826	20
X1_2	3.60	.821	20
X1_3	3.20	.834	20
X1_4	3.15	.933	20
X1_5	2.70	1.081	20
X1_6	1.80	.768	20
X1_7	3.05	.945	20
X1_8	3.50	.889	20
X1_9	3.50	.761	20
X1_10	2.70	.979	20
X1_11	2.45	.887	20
X1_12	3.75	.639	20
X1_13	3.25	.910	20
X1_14	2.95	.945	20
X1_15	3.65	.671	20

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
46.80	62.695	7.918	15

Reliability: Motivasi Memilih Produk-Produk Bank Syariah

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	20	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	20	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.780	8

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
X2_1	3.10	.553	20
X2_2	2.65	.587	20
X2_3	2.25	.716	20
X2_4	3.00	.795	20
X2_5	3.15	.587	20
X2_6	2.65	.813	20
X2_7	2.90	.788	20
X2_8	3.25	.639	20

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2_1	19.85	9.924	.523	.752
X2_2	20.30	9.905	.487	.756
X2_3	20.70	9.379	.492	.754
X2_4	19.95	8.050	.747	.703
X2_5	19.80	10.274	.380	.771
X2_6	20.30	8.642	.575	.739
X2_7	20.05	9.313	.440	.765
X2_8	19.70	10.642	.240	.792

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
22.95	12.050	3.471	8

Reliability: Minat dalam Memilih Produk-Produk Bank Syariah

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	20	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	20	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.847	6

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
y_1	3.70	.470	20
y_2	3.45	.510	20
y_3	3.60	.503	20
y_4	3.60	.503	20
y_5	3.35	.489	20
y_6	3.65	.489	20

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
y_1	17.65	3.503	.712	.806
y_2	17.90	3.779	.472	.851
y_3	17.75	3.250	.813	.783
y_4	17.75	3.250	.813	.783
y_5	18.00	3.579	.625	.822
y_6	17.70	4.011	.371	.868

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
21.35	4.976	2.231	6

DATA PENELITIAN

NO	PENGETAHUAN															x1
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	
1	4	4	3	4	2	3	3	4	1	2	1	2	3	4	4	44
2	4	2	4	4	4	4	2	4	3	2	1	2	3	4	4	47
3	2	2	3	4	4	4	4	2	2	2	1	4	2	3	4	43
4	3	2	4	4	4	3	3	4	4	4	1	2	3	4	3	48
5	2	3	4	2	4	3	4	4	2	1	2	4	4	4	2	45
6	4	3	4	3	4	3	3	4	2	2	1	1	3	4	3	44
7	1	2	4	4	4	2	3	2	1	2	2	3	2	3	4	39
8	2	2	4	4	4	4	4	2	2	2	2	2	1	1	4	40
9	4	4	4	4	4	2	4	4	2	2	2	2	1	2	4	45
10	2	2	4	4	2	4	2	4	1	1	1	2	2	2	4	37
11	3	2	4	4	4	4	4	3	2	2	1	1	4	4	4	46
12	3	3	3	4	4	4	4	4	2	2	2	2	3	4	4	48
13	1	1	4	4	1	4	4	2	2	2	3	3	3	4	4	42
14	2	2	3	1	2	2	1	2	2	2	1	1	3	3	3	30
15	2	3	4	3	2	2	1	2	1	1	2	2	2	2	2	31
16	4	3	4	4	4	2	2	4	2	2	4	4	3	4	4	50
17	3	2	4	4	4	4	4	4	1	1	1	3	4	2	2	43
18	3	2	4	4	1	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	50
19	2	1	4	3	2	1	1	2	2	2	1	3	3	4	4	35
20	3	1	2	4	2	2	4	2	2	2	1	4	2	4	4	39
21	2	2	4	4	4	2	2	4	4	4	1	2	3	3	2	43
22	2	2	4	4	4	2	4	4	2	1	2	4	4	4	4	47
23	4	4	3	3	3	3	3	3	4	2	2	1	1	3	4	44
24	3	2	4	3	2	3	4	2	1	2	2	3	2	4	4	41
25	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	1	3	3	37
26	1	1	4	4	4	4	4	4	2	2	2	2	1	1	4	40
27	3	2	4	3	4	4	2	4	1	1	1	2	2	2	2	37
28	3	4	4	3	3	2	3	4	1	1	1	2	2	2	4	39
29	3	4	4	4	4	4	3	2	2	2	1	4	2	4	4	47
30	2	2	4	4	3	4	2	4	4	4	1	2	3	4	2	45
31	4	3	4	2	4	4	3	4	2	1	2	4	4	4	4	49
32	1	3	4	2	4	3	4	4	2	2	1	1	3	4	4	42
33	2	2	3	3	4	4	2	2	1	2	2	3	2	4	4	40
34	3	3	4	3	3	3	3	2	2	2	2	2	1	4	4	41
35	3	3	4	4	4	4	4	4	2	2	2	2	1	4	4	47
36	4	4	3	4	4	2	4	4	1	1	1	2	2	3	3	42
37	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	3	4	2	4	3	41
38	4	4	4	4	2	2	1	2	2	2	1	4	2	4	4	42
39	2	3	3	4	4	2	2	4	4	4	1	2	3	2	2	42
40	2	1	4	1	4	4	4	4	2	1	2	4	4	4	4	45
41	2	2	3	3	1	3	4	4	2	2	1	1	3	2	3	36
42	2	1	4	4	2	1	1	2	1	2	2	3	2	4	4	35
43	4	4	4	4	2	2	4	2	2	2	2	2	1	4	4	43

NO	PENGETAHUAN															x1
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	
44	2	2	3	3	4	2	2	4	2	2	2	2	1	4	4	39
45	2	2	4	3	4	2	4	4	1	1	1	2	2	4	4	40
46	4	4	3	4	2	3	3	4	2	2	1	1	3	4	4	44
47	4	2	4	4	4	4	2	3	2	2	1	2	2	4	4	44
48	2	2	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	53
49	3	2	4	4	4	3	3	2	2	2	3	3	4	2	3	44
50	2	3	4	2	4	3	4	2	2	1	1	2	3	4	2	39

NO	MOTIVASI							x2
	1	2	3	4	5	6	7	
1	3	3	2	3	3	2	3	19
2	4	3	2	3	3	2	3	20
3	3	3	2	2	3	2	1	16
4	3	3	3	4	4	3	4	24
5	3	3	3	4	4	3	3	23
6	4	3	1	4	4	3	3	22
7	3	3	2	3	3	2	3	19
8	3	3	2	3	3	3	3	20
9	4	3	4	4	3	4	4	26
10	3	3	2	3	3	2	2	18
11	4	2	3	3	3	3	3	21
12	3	2	2	3	2	3	3	18
13	3	1	1	1	4	1	4	15
14	3	3	2	3	3	3	4	21
15	2	3	2	2	3	2	2	16
16	3	2	2	3	3	4	3	20
17	3	3	3	3	3	4	3	22
18	3	3	3	4	4	3	3	23
19	3	2	2	3	3	2	2	17
20	2	2	2	2	2	2	2	14
21	4	3	3	3	3	3	3	22
22	3	3	2	3	3	3	3	20
23	2	3	2	3	3	2	1	16
24	3	3	3	3	3	3	3	21
25	3	2	2	2	3	3	3	18
26	3	2	3	4	3	4	4	23
27	3	3	3	3	3	3	3	21
28	2	4	2	2	3	2	2	17
29	2	2	2	3	3	2	2	16
30	2	2	2	3	4	3	3	19
31	3	3	3	3	3	3	4	22
32	4	4	4	4	3	3	3	25
33	3	3	2	3	3	3	2	19
34	4	3	4	4	4	4	4	27
35	3	3	3	3	3	4	3	22

NO	MOTIVASI							x2
	1	2	3	4	5	6	7	
36	4	2	3	4	3	4	3	23
37	3	3	2	4	4	3	3	22
38	3	2	2	3	3	2	2	17
39	2	1	2	1	3	2	2	13
40	2	2	3	3	4	2	4	20
41	3	3	2	3	3	2	2	18
42	3	3	2	3	3	3	2	19
43	3	4	3	4	4	4	4	26
44	4	3	3	4	4	4	4	26
45	3	3	2	3	3	2	2	18
46	3	4	3	3	3	3	3	22
47	2	3	3	3	2	3	3	19
48	4	3	3	4	4	3	3	24
49	3	3	3	3	3	3	3	21
50	3	4	3	4	4	3	3	24

NO	MINAT						Y
	1	2	3	4	5	6	
1	4	4	4	4	4	4	24
2	4	4	4	4	4	4	24
3	4	3	4	4	4	4	23
4	4	4	4	4	4	3	23
5	4	4	4	4	4	4	24
6	4	4	4	4	4	4	24
7	3	4	3	3	3	3	19
8	4	4	4	4	4	4	24
9	4	4	4	4	4	4	24
10	3	3	3	3	3	3	18
11	4	4	4	4	4	3	23
12	3	3	4	3	3	3	19
13	3	3	4	3	4	3	20
14	3	4	4	4	4	3	22
15	3	3	4	3	3	3	19
16	4	4	4	4	4	4	24
17	4	3	4	4	4	3	22
18	4	4	4	4	4	4	24
19	3	4	4	4	3	3	21
20	2	3	3	3	3	3	17
21	4	4	4	4	4	4	24
22	4	4	4	4	4	4	24
23	4	4	4	4	4	4	24
24	4	3	4	4	4	3	22
25	2	3	3	3	3	3	17
26	4	4	4	4	4	4	24
27	3	4	4	3	4	4	22

NO	MINAT						Y
	1	2	3	4	5	6	
28	3	3	3	3	3	3	18
29	3	3	3	3	3	2	17
30	4	4	4	4	4	3	23
31	2	4	4	4	4	4	22
32	4	3	4	4	4	4	23
33	4	3	3	3	4	3	20
34	4	4	4	4	4	4	24
35	4	4	4	4	4	4	24
36	4	4	4	3	3	4	22
37	3	3	3	3	3	3	18
38	4	4	4	3	4	3	22
39	4	4	4	4	3	3	22
40	4	2	4	4	4	4	22
41	3	3	3	3	3	3	18
42	3	3	3	3	3	3	18
43	4	4	4	4	4	4	24
44	4	4	4	4	4	4	24
45	4	4	4	4	4	4	24
46	4	4	4	4	4	4	24
47	3	3	3	3	3	3	18
48	4	4	4	4	4	4	24
49	3	3	3	3	3	3	18
50	4	4	4	4	4	4	24

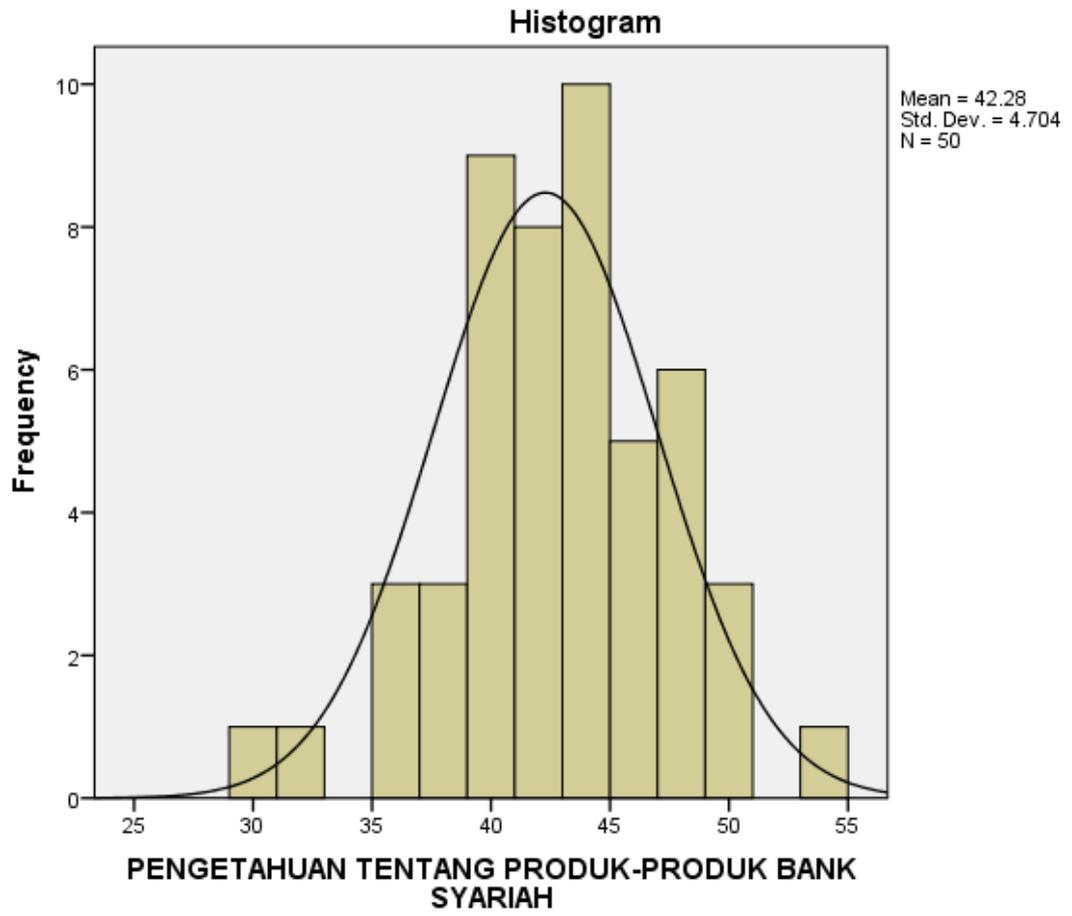
Frequencies: PENGETAHUAN TENTANG PRODUK-PRODUK BANK SYARIAH

Statistics
 PENGETAHUAN TENTANG
 PRODUK-PRODUK BANK
 SYARIAH

N	Valid	50
	Missing	0
Mean		42.28
Median		42.50
Mode		44
Std. Deviation		4.704
Variance		22.124
Range		23
Minimum		30
Maximum		53
Sum		2114

PENGETAHUAN TENTANG PRODUK-PRODUK BANK SYARIAH

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	30	1	2.0	2.0	2.0
	31	1	2.0	2.0	4.0
	35	2	4.0	4.0	8.0
	36	1	2.0	2.0	10.0
	37	3	6.0	6.0	16.0
	39	5	10.0	10.0	26.0
	40	4	8.0	8.0	34.0
	41	3	6.0	6.0	40.0
	42	5	10.0	10.0	50.0
	43	4	8.0	8.0	58.0
	44	6	12.0	12.0	70.0
	45	4	8.0	8.0	78.0
	46	1	2.0	2.0	80.0
	47	4	8.0	8.0	88.0
	48	2	4.0	4.0	92.0
	49	1	2.0	2.0	94.0
	50	2	4.0	4.0	98.0
	53	1	2.0	2.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	



Frequencies: Motivasi Memilih Produk-Produk Bank Syariah

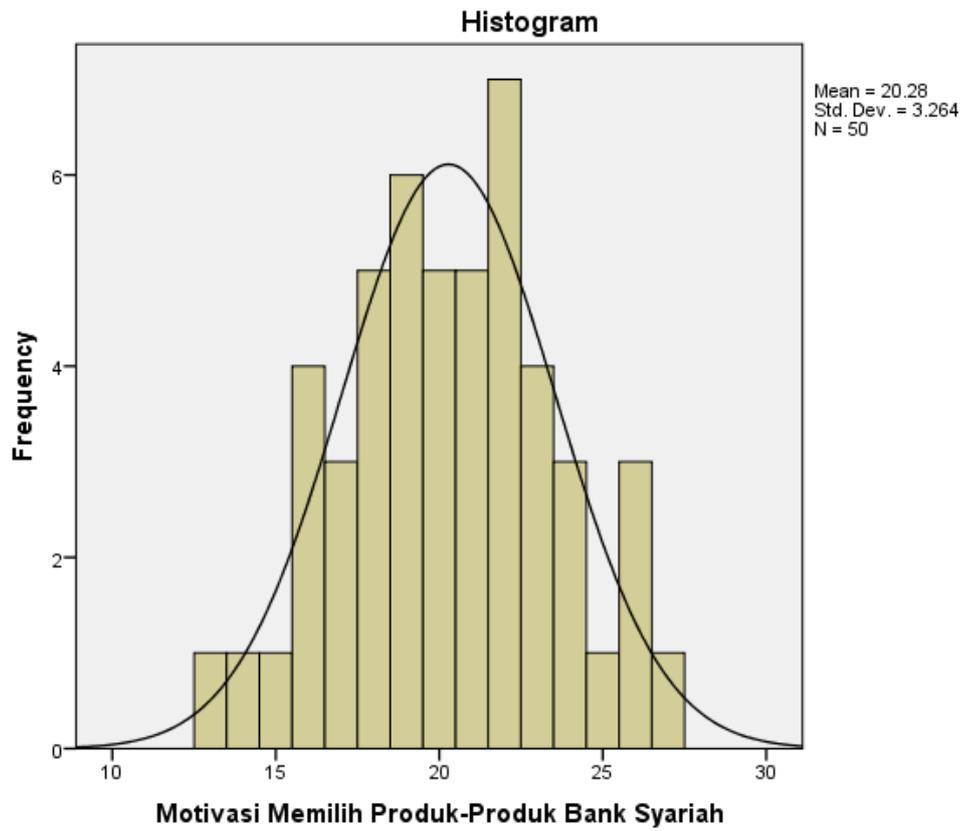
Statistics

Motivasi Memilih Produk-Produk
Bank Syariah

N	Valid	50
	Missing	0
Mean		20.28
Median		20.00
Mode		22
Std. Deviation		3.264
Variance		10.655
Range		14
Minimum		13
Maximum		27
Sum		1014

Motivasi Memilih Produk-Produk Bank Syariah

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	13	1	2.0	2.0	2.0
	14	1	2.0	2.0	4.0
	15	1	2.0	2.0	6.0
	16	4	8.0	8.0	14.0
	17	3	6.0	6.0	20.0
	18	5	10.0	10.0	30.0
	19	6	12.0	12.0	42.0
	20	5	10.0	10.0	52.0
	21	5	10.0	10.0	62.0
	22	7	14.0	14.0	76.0
	23	4	8.0	8.0	84.0
	24	3	6.0	6.0	90.0
	25	1	2.0	2.0	92.0
	26	3	6.0	6.0	98.0
	27	1	2.0	2.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	



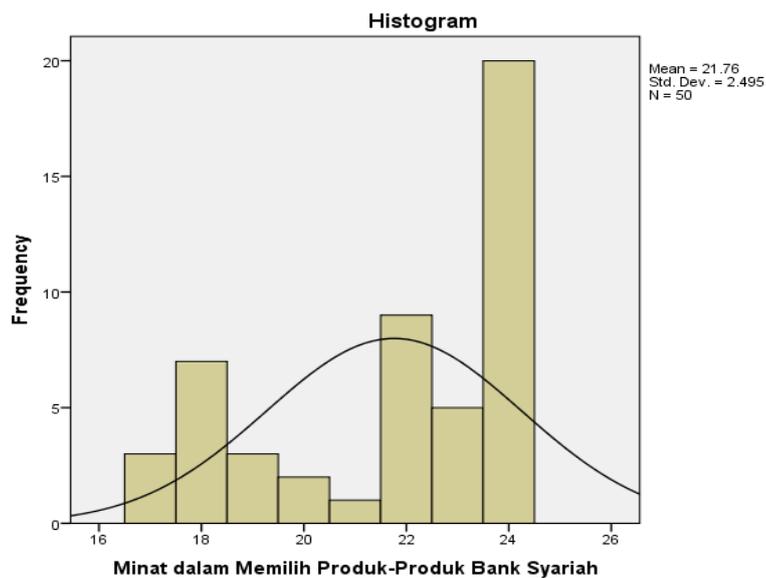
Frequencies: Minat dalam Memilih Produk-Produk Bank Syariah

Statistics
Minat dalam Memilih Produk-
Produk Bank Syariah

N	Valid	50
	Missing	0
Mean		21.76
Median		22.50
Mode		24
Std. Deviation		2.495
Variance		6.227
Range		7
Minimum		17
Maximum		24
Sum		1088

Minat dalam Memilih Produk-Produk Bank Syariah

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 17	3	6.0	6.0	6.0
18	7	14.0	14.0	20.0
19	3	6.0	6.0	26.0
20	2	4.0	4.0	30.0
21	1	2.0	2.0	32.0
22	9	18.0	18.0	50.0
23	5	10.0	10.0	60.0
24	20	40.0	40.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	



Correlations

		Minat dalam Memilih Produk-Produk Bank Syariah
PENGETAHUAN TENTANG PRODUK-PRODUK BANK SYARIAH	Pearson Correlation	.399**
	Sig. (2-tailed)	.004
	N	50
Motivasi Memilih Produk-Produk Bank Syariah	Pearson Correlation	.537**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	50
Minat dalam Memilih Produk-Produk Bank Syariah	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	50

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

NORMALITAS

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		50
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.99202055
Most Extreme Differences	Absolute	.087
	Positive	.066
	Negative	-.087
Test Statistic		.087
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

HOMOGENITAS: PENGETAHUAN TENTANG PRODUK-PRODUK BANK SYARIAH TERHADAP
MINAT DALAM MEMILIH PRODUK-PRODUK BANK SYARIAH

Descriptives

Minat dalam Memilih Produk-Produk Bank Syariah

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean	
					Lower Bound	Upper Bound
30	1	22.00
31	1	19.00
35	2	19.50	2.121	1.500	.44	38.56
36	1	18.00
37	3	19.00	2.646	1.528	12.43	25.57
39	5	20.40	3.362	1.503	16.23	24.57
40	4	23.00	2.000	1.000	19.82	26.18
41	3	21.33	3.055	1.764	13.74	28.92
42	5	21.80	1.095	.490	20.44	23.16
43	4	23.25	.957	.479	21.73	24.77
44	6	22.00	3.098	1.265	18.75	25.25
45	4	23.25	.957	.479	21.73	24.77
46	1	23.00
47	4	22.25	3.500	1.750	16.68	27.82
48	2	21.00	2.828	2.000	-4.41	46.41
49	1	22.00
50	2	24.00	.000	.000	24.00	24.00
53	1	24.00
Total	50	21.76	2.495	.353	21.05	22.47

	Minimum	Maximum
30	22	22
31	19	19
35	18	21
36	18	18
37	17	22
39	17	24
40	20	24
41	18	24
42	20	23
43	22	24
44	18	24
45	22	24
46	23	23
47	17	24
48	19	23
49	22	22
50	24	24
53	24	24

	Minimum	Maximum
Total	17	24

Test of Homogeneity of Variances

Minat dalam Memilih Produk-Produk Bank Syariah

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
3.384 ^a	11	32	.003

a. Groups with only one case are ignored in computing the test of homogeneity of variance for Minat dalam Memilih Produk-Produk Bank Syariah.

ANOVA

Minat dalam Memilih Produk-Produk Bank Syariah

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	
Between Groups	107.703	17	6.335	1.027	
(Combined)					
Linear	48.526	1	48.526	7.866	
Weighted					
Term	59.177	16	3.699	.600	
Deviation					
Within Groups	197.417	32	6.169		
Total	305.120	49			

ANOVA

Minat dalam Memilih Produk-Produk Bank Syariah

	Sig.
Between Groups	.458
(Combined)	
Linear	.008
Term	
Weighted	
Deviation	.861
Within Groups	
Total	

HOMOGENITAS Motivasi Memilih Produk-Produk Bank Syariah TERHADAP MINAT
DALAM MEMILIH PRODUK-PRODUK BANK SYARIAH

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean	
					Lower Bound	Upper Bound
13	1	22.00
14	1	17.00
15	1	20.00
16	4	20.75	3.304	1.652	15.49	26.01
17	3	20.33	2.082	1.202	15.16	25.50
18	5	19.20	2.775	1.241	15.75	22.65
19	6	20.33	2.582	1.054	17.62	23.04
20	5	23.60	.894	.400	22.49	24.71
21	5	21.40	1.949	.872	18.98	23.82
22	7	22.57	2.225	.841	20.51	24.63
23	4	23.50	1.000	.500	21.91	25.09
24	3	23.67	.577	.333	22.23	25.10
25	1	23.00
26	3	24.00	.000	.000	24.00	24.00
27	1	24.00
Total	50	21.76	2.495	.353	21.05	22.47

Descriptives

Minat dalam Memilih Produk-Produk Bank Syariah

	Minimum	Maximum
13	22	22
14	17	17
15	20	20
16	17	24
17	18	22
18	17	24
19	18	24
20	22	24
21	18	23
22	18	24
23	22	24
24	23	24
25	23	23
26	24	24
27	24	24
Total	17	24

Test of Homogeneity of Variances
Minat dalam Memilih Produk-Produk Bank Syariah

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
2.353 ^a	9	35	.034

a. Groups with only one case are ignored in computing the test of homogeneity of variance for Minat dalam Memilih Produk-Produk Bank Syariah.

	Sum of Squares	df	Mean Square
Between Groups (Combined)	147.789	14	10.556
Linear Term Unweighted	47.076	1	47.076
Weighted	88.014	1	88.014
Deviation	59.775	13	4.598
Within Groups	157.331	35	4.495
Total	305.120	49	

ANOVA

Minat dalam Memilih Produk-Produk Bank Syariah

	F	Sig.
Between Groups (Combined)	2.348	.020
Linear Term Unweighted	10.473	.003
Weighted	19.580	.000
Deviation	1.023	.452
Within Groups		
Total		

Linearitas: PENGETAHUAN TENTANG PRODUK-PRODUK BANK SYARIAH TERHADAP
MINAT DALAM MEMILIH PRODUK-PRODUK BANK SYARIAH

Case Processing Summary

	Cases					
	Included		Excluded		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Minat dalam Memilih Produk-Produk Bank Syariah * PENGETAHUAN TENTANG PRODUK-PRODUK BANK SYARIAH	50	100.0%	0	0.0%	50	100.0%

Report

Minat dalam Memilih Produk-Produk Bank Syariah

PENGETAHUAN TENTANG PRODUK-PRODUK BANK SYARIAH	Mean	N	Std. Deviation
30	22.00	1	.
31	19.00	1	.
35	19.50	2	2.121
36	18.00	1	.
37	19.00	3	2.646
39	20.40	5	3.362
40	23.00	4	2.000
41	21.33	3	3.055
42	21.80	5	1.095
43	23.25	4	.957
44	22.00	6	3.098
45	23.25	4	.957
46	23.00	1	.
47	22.25	4	3.500
48	21.00	2	2.828
49	22.00	1	.
50	24.00	2	.000
53	24.00	1	.
Total	21.76	50	2.495

ANOVA Table

			Sum of Squares	df
Minat dalam Memilih Produk-Produk Bank Syariah * PENGETAHUAN TENTANG PRODUK-PRODUK BANK SYARIAH	Between Groups	(Combined)	107.703	17
		Linearity	48.526	1
		Deviation from Linearity	59.177	16
	Within Groups		197.417	32
Total			305.120	49

ANOVA Table

			Mean Square	F
Minat dalam Memilih Produk-Produk Bank Syariah * PENGETAHUAN TENTANG PRODUK-PRODUK BANK SYARIAH	Between Groups	(Combined)	6.335	1.027
		Linearity	48.526	7.866
		Deviation from Linearity	3.699	.600
Within Groups			6.169	
Total				

ANOVA Table

			Sig.
Minat dalam Memilih Produk-Produk Bank Syariah * PENGETAHUAN TENTANG PRODUK-PRODUK BANK SYARIAH	Between Groups	(Combined)	.458
		Linearity	.008
		Deviation from Linearity	.861
Within Groups			
Total			

Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
Minat dalam Memilih Produk-Produk Bank Syariah * PENGETAHUAN TENTANG PRODUK-PRODUK BANK SYARIAH	.399	.159	.594	.353

Linearitas: Motivasi Memilih Produk-Produk Bank Syariah TERHADAP MINAT DALAM MEMILIH PRODUK-PRODUK BANK SYARIAH

Case Processing Summary

	Cases					
	Included		Excluded		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Minat dalam Memilih Produk-Produk Bank Syariah * Motivasi Memilih Produk-Produk Bank Syariah	50	100.0%	0	0.0%	50	100.0%

Report

Minat dalam Memilih Produk-Produk Bank Syariah

Motivasi Memilih Produk-Produk Bank Syariah	Mean	N	Std. Deviation
13	22.00	1	.
14	17.00	1	.
15	20.00	1	.
16	20.75	4	3.304
17	20.33	3	2.082
18	19.20	5	2.775
19	20.33	6	2.582
20	23.60	5	.894
21	21.40	5	1.949
22	22.57	7	2.225
23	23.50	4	1.000
24	23.67	3	.577
25	23.00	1	.
26	24.00	3	.000
27	24.00	1	.
Total	21.76	50	2.495

			Sum of Squares	df
Minat dalam Memilih Produk-Produk Bank Syariah * Motivasi Memilih Produk-Produk Bank Syariah	Between Groups	(Combined)	147.789	14
		Linearity	88.014	1
		Deviation from Linearity	59.775	13
Within Groups		157.331	35	
Total		305.120	49	

			Mean Square	F
Minat dalam Memilih Produk-Produk Bank Syariah * Motivasi Memilih Produk-Produk Bank Syariah	Between Groups	(Combined)	10.556	2.348
		Linearity	88.014	19.580
		Deviation from Linearity	4.598	1.023
Within Groups			4.495	
Total				

ANOVA Table

			Sig.
Minat dalam Memilih Produk-Produk Bank Syariah * Motivasi Memilih Produk-Produk Bank Syariah	Between Groups	(Combined)	.020
		Linearity	.000
		Deviation from Linearity	.452
Within Groups			
Total			

Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
Minat dalam Memilih Produk-Produk Bank Syariah * Motivasi Memilih Produk-Produk Bank Syariah	.537	.288	.696	.484

Regression

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Motivasi Memilih Produk-Produk Bank Syariah, PENGETAHUAN TENTANG PRODUK-PRODUK BANK SYARIAH ^b		Enter

a. Dependent Variable: Minat dalam Memilih Produk-Produk Bank Syariah

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.602 ^a	.363	.336	2.034	1.933

a. Predictors: (Constant), Motivasi Memilih Produk-Produk Bank Syariah, PENGETAHUAN TENTANG PRODUK-PRODUK BANK SYARIAH

b. Dependent Variable: Minat dalam Memilih Produk-Produk Bank Syariah

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	110.681	2	55.340	13.377	.000 ^b
	Residual	194.439	47	4.137		
	Total	305.120	49			

a. Dependent Variable: Minat dalam Memilih Produk-Produk Bank Syariah

b. Predictors: (Constant), Motivasi Memilih Produk-Produk Bank Syariah, PENGETAHUAN TENTANG PRODUK-PRODUK BANK SYARIAH

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	8.214	2.883		2.849
	PENGETAHUAN TENTANG PRODUK-PRODUK BANK SYARIAH	.149	.064	.282	2.341
	Motivasi Memilih Produk-Produk Bank Syariah	.356	.092	.466	3.876

Coefficients^a

Model		Sig.	Collinearity Statistics	
			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.006		
	PENGETAHUAN TENTANG PRODUK-PRODUK BANK SYARIAH	.024	.937	1.067
	Motivasi Memilih Produk-Produk Bank Syariah	.000	.937	1.067

a. Dependent Variable: Minat dalam Memilih Produk-Produk Bank Syariah

Coefficient Correlations^a

Model			Motivasi Memilih Produk-Produk Bank Syariah	PENGETAHUAN TENTANG PRODUK-PRODUK BANK SYARIAH
1	Correlations	Motivasi Memilih Produk-Produk Bank Syariah	1.000	-.251
		PENGETAHUAN TENTANG PRODUK-PRODUK BANK SYARIAH	-.251	1.000
	Covariances	Motivasi Memilih Produk-Produk Bank Syariah	.008	-.001
		PENGETAHUAN TENTANG PRODUK-PRODUK BANK SYARIAH	-.001	.004

a. Dependent Variable: Minat dalam Memilih Produk-Produk Bank Syariah

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions		
				(Constant)	PENGETAHUAN TENTANG PRODUK-PRODUK BANK SYARIAH	Motivasi Memilih Produk-Produk Bank Syariah
1	1	2.978	1.000	.00	.00	.00
	2	.016	13.746	.07	.16	.97
	3	.006	22.427	.93	.84	.02

a. Dependent Variable: Minat dalam Memilih Produk-Produk Bank Syariah

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	18.55	24.69	21.76	1.503	50
Residual	-4.274	3.509	.000	1.992	50
Std. Predicted Value	-2.136	1.948	.000	1.000	50
Std. Residual	-2.101	1.725	.000	.979	50

a. Dependent Variable: Minat dalam Memilih Produk-Produk Bank Syariah