

**PENGARUH PERSEPSI, MOTIVASI DAN RESIKO TERHADAP MINAT  
MAHASISWA MENJADI *MARKETING* DI BANK SYARIAH  
(Studi Kasus Mahasiswa Perbankan Syariah UIN Walisongo Angkatan 2019-  
2021)**

**SKRIPSI**

*Disusun Untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat Guna Memperoleh  
Gelar Sarjana Strata S.1 dalam Ilmu Perbankan Syariah*



**Oleh :**

**MUCHAMMAD SYUKRON YUWONO**

**NIM. 1705036023**

**PROGRAM STUDI S1 PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGRI WALISONGO SEMARANG**

**2024**

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : 4 (empat) eks.  
Hal : Naskah Skripsi  
An. Sdr. Muchammad Syukron Yuwono

Kepada Yth.  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Walisongo Semarang

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

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

Nama : Muchammmd Syukron Yuwono  
NIM : 1705036023  
Fak/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Islam  
Judul : **Pengaruh Persepsi, Motivasi Dan Resiko Terhadap Minat Mahasiswa Menjadi Marketing Di Bank Syariah**

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


*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Semarang, 24 Juni 2024

Pembimbing I

Pembimbing II

  
Dr. H. Nur Fatoni, M.Ag  
NIP. 197203172007011030

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



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

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

PENGESAHAN

Skripsi saudara : Muchammad Syukron Yuwono  
NIM : 1705036023  
Jurusan : S1 Perbankan Syariah  
Judul : Pengaruh Persepsi, Motivasi dan Resiko Terhadap Minat Mahasiswa  
Menjadi *Marketing* Di Bank Syariah (Studi Kasus Mahasiswa UIN  
Walisongo Angkatan 2019-2021)

Telah diujikan dalam sidang munaqosyah oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan  
Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang dan dinyatakan LULUS pada tanggal:

28 Juni 2024

Dengan demikian dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata 1  
(satu) Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam tahun akademik 2023/2024.

Semarang, 11 Juli 2024

Ketua Sidang

H. Muchammad Fauzi, SE., MM.  
NIP. 197302172006041001

Sekretaris Sidang

Heny Yuningrum, SE., M.Si.  
NIP. 198106092007102005

Pengji I

Naili Saadah, SE., M.Si., AK.  
NIP. 198803312019032012

Penguji II

Mardiyaturrositaningsih, S.E.Sy., M.E.  
NIP. 199303112019032020

Pembimbing I

Dr. H. Nur Fatoni, M.Ag.  
NIP. 197308112000031004

Pembimbing II

Heny Yuningrum, SE., M.Si.  
NIP. 198106092007102005



## MOTTO

خَيْرُ النَّاسِ أَنْفَعُهُمْ لِلنَّاسِ

Artinya: Sebaik-baik manusia adalah yang paling bermanfaat bagi manusia  
(HR. Ahmad, ath-Thabrani, ad-Daruqutni. No. 3289).

## **PERSEMBAHAN**

Puji Syukur Kehadirat..Allah SWT, yang memberikan rahmat dan hidayah-Nya serta segala keridhaan dan kesempatan sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas penulisan skripsi dan studi di UIN Walisongo Semarang.

Shalawat serta salam penulis sampaikan.kepada junjungan Nabi Agung Muhammad SAW, Beriringan niat dan usaha yang kuat dengan iringan..doa dari orang-orang terkasih dalam proses peyusunan skripsi ini. Dengan terselesaikannya skripsi ini maka penulis mempersembahkan kepada:

1. Ucapan syukur dan terimakasih untuk Allah SWT yang tak henti-hentinya memberikan petunjuk dan memberikan kelancaran atas terselesainya skripsi saya.
2. Terima kasih untuk kedua orang tuaku tercinta, Bapak Budi Yuwono dan Ibu Eko Wati. Ucapan terimakasih disampaikan atas kasih sayang yang telah diberikan. Semoga Allah SWT selalu mencurahkan rahmatnya kepada bapak ibu.
3. Terima kasih untuk adik tercinta, Iffa Latifa Aisyah yang telah mendukung dan mendoakan saya dalam penyelesaian skripsi saya.
4. Ucapan Terimakasih saya berikan kepada Dosen Wali saya Ibu Dra. Hj. Nur Huda, M.Ag., yang sudah membimbing dan membantu saya selama saya kuliah.
5. Untuk Dosen Pembimbing Satu saya Bapak Dr. H. Nur Fatoni, M.Ag. dan pembimbing kedua Ibu Heny Yuningrum, SE., M.Si yang telah membimbing, mengarahkan serta memberi masukan kepada skripsi ini sampai dengan selesai. Saya ucapkan terimakasih dan semoga selalu dalam lindungan Allah SWT.
6. Sahabat/i GANDEWA PMII 2017 yang menjadi tempatku berkeluh kesah, dan selalu memberi masukan serta semangat.
7. Teman – teman kelas seperjuangan PBASA-17 yang selalu support dan menjadi tempat yang memberikan banyak kenangan manis saya selama perkuliahan ini.

8. Teman-teman HMJ Perbankan Syariah 2017 yang telah kebersamai saya selama di Semarang.

Terimakasih untuk semua yang selalu ada dalam waktu senggang atas wawasan pengalaman, serta doa dan semangat yang diberikan. Akhirnya..kupersembahkan karya sederhana, untuk ketulusan kalian semua semoga apa yang diimpikan akan menjadi kenyataan. Aamiin.

## DEKLARASI

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

Semarang, 24 Juni 2024

Deklarator



Muchammad Syukron Yuwono

NIM. 1705036023

## PEDOMAN TRANSLITERASI

Transliterasi merupakan hal yang penting dalam skripsi karena pada umumnya banyak istilah Arab, nama orang, judul buku, nama lembaga dan lain sebagainya yang aslinya ditulis dengan huruf Arab harus disalin kedalam huruf latin. Untuk menjamin konsistensi, perlu ditetapkan satu transliterasi sebagai berikut :

### A. Konsonan

No.	Arab	Latin
1.	ا	-
2.	ب	B
3.	ت	T
4.	ث	TS
5.	ج	J
6.	ح	H
7.	خ	Kh
8.	د	D
9.	ذ	Dz
10.	ر	R
11.	ز	Z
12.	س	S
13.	ش	Sy
14.	ص	S
15.	ض	D

No.	Arab	Latin
16.	ط	t
17.	ظ	z
18.	ع	'
19.	غ	G
20.	ف	P
21.	ق	Q
22.	ك	K
23.	ل	L
24.	م	M
25.	ن	N
26.	و	W
27.	ه	H
28.	ء	'
29.	ي	Y

Hamzah (ء) yang letaknya diawal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apapun. Jika ditengah atau akhir maka ditulis dengan tanda (').



## B. Vokal

Vokal tunggal atau monoftong bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat transliterasinya sebagai berikut :

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اَ	<b>Fathah</b>	<b>A</b>	<b>A</b>
اِ	<b>Kasrah</b>	<b>I</b>	<b>I</b>
اُ	<b>Dhammah</b>	<b>U</b>	<b>U</b>

Vokal rangkap atau diftong bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan tanda huruf transliterasinya berupa gabungan huruf yaitu :

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
أَي	<b>Fathah dan Ya</b>	<b>Ai</b>	<b>A dan I</b>
أَوْ	<b>Fathah dan Wau</b>	<b>Au</b>	<b>A dan U</b>

## C. Syaddah (Tasydid)

Dalam tulisan Arab dilambangkan dengan tanda (ّ), dalam transliterasi dilambangkan dengan pengulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda syaddah.

Contoh : اِدَّة: *'iddah*

## D. Kata Sandang

Kata sandang (ال) ditulis dengan kata al... misalnya القرآن: al-Qur'an. Al ditulis huruf kecil kecuali jika terletak pada permulaan kalimat.

## E. Ta' Marbutah

1. Bila dimatikan atau mendapat harakat sukun transliterasinya ditulis h.

Contoh : حِكْمَةٌ *hikmah*

2. Bila dihidupkan karena dirangkai dengan kata lain atau mendapat harakat, fathah, kasrah, dhammah, transliterasinya ditulis t.

Contoh : زكاة الفطر: *Zakatul Fitri*

## ABSTRAK

Skripsi ini membahas tentang pengaruh persepsi, motivasi dan resiko terhadap minat mahasiswa menjadi *marketing* di bank syariah. Penelitian ini dilakukan karena kurangnya mahasiswa yang terjun dalam dunia *marketing* di bank syariah. Padahal mahasiswa sudah di bekali oleh mata kuliah dan merasakan rasanya menjadi *marketing* saat magang di bank syariah dan mempelajari tentang pengetahuan produk bank syariah. Dari hal tersebut penulis menemukan fakta bahwasanya mahasiswa FEBI S1 Perbankan Syariah UIN Walisongo angkatan 2019-2021 masih enggan untuk menjadi *marketing* pada bank syariah. Untuk itu penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh persepsi, motivasi dan resiko terhadap minat mahasiswa menjadi *marketing* di bank syariah.

Jenis penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan dilakukan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang, sumber data primer dalam penelitian ini ialah mahasiswa jurusan S1 Perbankan Syariah Angkatan 2019-2021 UIN Walisongo Semarang. Sedangkan data sekunder diperoleh berbagai literatur yang relevan dengan pembahasan penelitian. Pengumpulan data diperoleh menggunakan metode observasi dan menggunakan analisis data deskriptif. Kemudian peneliti menggunakan aplikasi SPSS 23 untuk membantu peneliti mempermudah mengolah data-data yang ditemukan baik itu di lapangan ataupun dari berbagai literatur yang relevan. Tempat peneliti mengumpulkan data-data yaitu di Fakultas Ekonomi Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.

Berdasarkan hasil penelitian ditemukan hasil dari permasalahan tersebut yaitu variabel yang sudah peneliti gunakan ialah Persepsi (X1), Motivasi (X2) dan Resiko (X3) terhadap minat mahasiswa menjadi *marketing* di bank syariah (Y) memiliki hasil yang sehubungan, searah, positif, signifikan, dan juga secara simultan berpengaruh terhadap variabel (Y). skripsi ini perlu adanya penelitian lanjutan dengan mengakomodasikan sampel yang lebih besar dan melibatkan informan yang lebih luas mewakili untuk dimungkinkannya suatu analisis komparatif.

**Kata Kunci:** Persepsi, Motivasi, Resiko

## ABSTRACT

*This thesis discusses the influence of perception, motivation and risk on students' interest in becoming a marketer at a sharia bank. This research was conducted because of the lack of students involved in the world of marketing at Islamic banks. Even though students are equipped with courses and feel what it's like to be a marketer while interning at a sharia bank and learning about sharia banking product knowledge. From this, the author discovered the fact that students of FEBI S1 Sharia Banking at UIN Walisongo class of 2019-2021 are still reluctant to become marketers at sharia banks. For this reason, this research was conducted to find out how much influence perception, motivation and risk have on students' interest in becoming a marketer at a sharia bank.*

*This type of research uses quantitative methods and was carried out at the Islamic Economics and Business Faculty of UIN Walisongo Semarang. The primary data source in this research was students majoring in Sharia Banking, Batch 2019-2021, UIN Walisongo Semarang. Meanwhile, secondary data was obtained from various literature that was relevant to the research discussion. Data collection was obtained using the observation method and using descriptive data analysis. Then the researcher used the SPSS 23 application to help the researcher make it easier to process the data found either in the field or from various relevant literature. The place where researchers collected data was at the Faculty of Islamic Business Economics, UIN Walisongo Semarang.*

*Based on the results of the research, it was found that the results of this problem were that the variables that the researchers had used were Perception (X1), Motivation (X2) and Risk (X3) on students' interest in becoming a marketer at a sharia bank (Y) which had related, unidirectional, positive, significant results, and also simultaneously influences the variable (Y). This thesis requires further research by accommodating a larger sample and involving a wider range of informants to enable a comparative analysis.*

**Keywords:** *Perception, Motivation, Risk*

## KATA PENGANTAR

*Alhamdulillah wa syukurillah 'ala ni'matillah*, penulis sangat bersyukur kepada Allah SWT yang senantiasa melimpahkan rahmat dan nikmat serta inayahnya, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Sholawat serta salam penulis haturkan kepada junjungan, Nabi Muhammad SAW, rasul pembawa rahmat bagi seluruh alam. Ucapan terima kasih penulis sampaikan dengan penuh rasa hormat kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Nizar, M.Ag, selaku Rektor UIN Walisongo Semarang.
2. Bapak Dr. H. Nur Fatoni, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo, Wakil Dekan I, II, dan III serta seluruh dosen dilingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.
3. Bapak Arif Efendi, S.E., M.Sc. selaku Ketua Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang. Ibu Mardhiyaturrositaningsih, M.E., selaku Sekertaris Prodi Ekonomi Islam Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.
4. Ibu Dra. Hj. Nur Huda, M.Ag., selaku dosen wali yang telah memberikan bimbingan, arahan dan motivasi selama proses perkuliahan di UIN Walisongo.
5. Bapak Dr. H. Nur Fatoni, M.Ag., selaku dosen pembimbing I, dan Ibu Heny Yuningrum, S.E., selaku dosen pembimbing II yang telah berkenan meluangkan waktu dan tenaganya untuk memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi yang sangat berarti dalam proses hingga selesainya penulisan skripsi ini.
6. Kedua orang tuaku, Bapak Budi Yuwono dan Ibu Eko Wati. Ucapan terimakasih disampaikan atas kasih sayang yang telah diberikan. Semoga Allah SWT selalu mencurahkan rahmatnya kepada bapak ibu.

7. Sahabati Nur Ika Lusianawati, ucapan terimakasih disampaikan atas usaha, dukungan, dan doa yang telah diberikan. Semoga Allah SWT selalu mencurahkan nikmat yang luar biasa dan jalan yang terbaik kepadanya.
8. Dan seluruh pihak yang membantu penulis dan tidak bisa disebutkan satu persatu, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Pada akhirnya penulis menyampikan rasa terima kasih sebanyak-banyaknya kepada semua pihak tersebut. *Jazakumullahu khoiran*, semoga Allah senantiasa mencurahkan rahmat serta membalas kebaikan dan keikhlasan seluruhnya. Alhamdulillahillobbil ‘alamin, akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat.

Semarang, 24 Juni 2024

Penulis



**Muchammad Syukron Yuwono**

**NIM. 1705036023**

## DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
PENGESAHAN .....	iii
MOTTO .....	iv
PERSEMBAHAN .....	v
DEKLARASI .....	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI .....	viii
ABSTRAK .....	xi
ABSTRACT .....	xii
KATA PENGANTAR .....	xiii
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR GRAFIK.....	xviii
DAFTAR GAMBAR .....	xix
DAFTAR LAMPIRAN .....	xx
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.5 Sistematika Penulisan.....	5
BAB II.....	7
TINJAUAN PUSTAKA .....	7
2.1 Perbankan Syariah.....	7
2.2 Minat Menjadi <i>Marketing</i> .....	13
2.3 Persepsi.....	16
2.4 Motivasi.....	19
2.5 Resiko.....	23
2.6 Penelitian Terdahulu.....	26
2.7 Kerangka Pemikiran .....	34

2.8 Hipotesis Penelitian.....	35
BAB III .....	38
METODE PENELITIAN.....	38
3.1 Jenis Penelitian.....	38
3.2 Sumber Data.....	38
3.3 Metode Pengumpulan Data .....	38
3.4 Populasi dan Sampel .....	39
3.5 Variabel Penelitian dan Pengukurannya.....	41
3.6 Teknik Analisis Data .....	44
BAB IV .....	50
ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN .....	50
4.1 Deskripsi Objek Penelitian .....	50
4.2 Deskriptif Data Penelitian dan Karakteristik Responden.....	51
4.3 Uji Instrumen.....	53
4.4 Uji Hipotesis.....	63
4.5 Pembahasan dan Analisis Data.....	66
BAB V.....	70
PENUTUP.....	70
5.1 Kesimpulan.....	70
5.2 Saran.....	70
DAFTAR PUSTAKA .....	72
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	101



## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	26
Tabel 3. 1 Jumlah Mahasiswa S1 Perbankan Syariah.....	40
Tabel 3. 2 Pedoman Pemberian Skor .....	42
Tabel 3. 3 Definisi Operasional, Indikator dan Skala Pengukuran Variabel .....	42
Tabel 4. 1 Karakteristik Respon Berdasarkan Jenis Kelamin .....	52
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan.....	52
Tabel 4. 3 Hasil Uji Validitas.....	53
Tabel 4. 4 Hasil Uji Reliabilitas .....	55
Tabel 4. 5 Hasil Uji Normalitas Teknik Kolomogorov-Smirnov .....	56
Tabel 4. 6 Hasil Uji Multikolinieritas .....	59
Tabel 4. 7 Hasil Uji Glejser .....	60
Tabel 4. 8 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	61
Tabel 4. 9 Hasil Uji Koefisien Regresi Parsial (Uji t).....	63
Tabel 4. 10 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	65
Tabel 4. 11 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	66

## DAFTAR GRAFIK

Grafik 4. 1 Hasil Uji Normal P-P Plot .....	58
Grafik 4. 2 Hasil Uji Scatter Plot .....	60

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2. 1 Kerangka Berfikir Penelitian.....	35
---	----

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	77
Lampiran 2. Tabulasi Data Responden .....	83
Lampiran 3. Hasil Uji SPSS.....	93

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Di era modern ini, perkembangan perbankan syariah mengalami kemajuan yang sangat pesat. Dengan adanya perkembangan tersebut, menunjukkan bahwa sistem ekonomi Islam dapat diterima dengan baik oleh masyarakat Indonesia. Perkembangan ini menuntut agar masyarakat juga berkembang dibidang ekonomi dan keuangan, karena perkembangan zaman juga menuntut bertambahnya kebutuhan manusia. Sehingga hal tersebut menyebabkan meningkatnya minat dan keinginan manusia untuk bekerja agar dapat memenuhi kebutuhan hidupnya. Dalam bekerja tidak hanya memerlukan kecerdasan saja, tetapi sebuah rasa senang dan perhatian juga dibutuhkan untuk mencapai prestasi yang baik, sebab tanpa adanya rasa senang dan perhatian segala kegiatan yang akan dilakukan menjadi kurang efektif dan efisien. Begitupun dalam menjalankan suatu profesi yang telah dipilih, sebaiknya juga berdasarkan rasa senang dan perhatian terhadap profesi tersebut.

Perkembangan teknologi di era globalisasi saat ini berkembang pesat sehingga dapat digunakan sebagai fasilitas pendukung yang digunakan pada aktivitas seluruh lapisan masyarakat. Teknologi merupakan salah satu sarana yang dapat memaksimalkan kinerja suatu perusahaan atau lembaga tertentu khususnya perbankan. Dengan semakin cepat perkembangan teknologi akan memberikan dampak yang mencolok dalam segala aspek kehidupan manusia. Perkembangan teknologi informasi berbasis sistem, terutama internet<sup>1</sup> memiliki pengaruh yang pesat terhadap proses bisnis dalam industri perbankan. Sektor perbankan merupakan sektor industri yang sangat besar pemanfaatannya dalam menggunakan teknologi informasi yang memudahkan kegiatan operasionalnya serta memudahkan pelayanan terhadap nasabah.

---

<sup>1</sup> Ismail, Perbankan Syariah, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2011), hal, 31

Undang-Undang No. 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah, bank syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank syariah dan unit usaha syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya.<sup>2</sup> Bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas bank umum syariah (BUS), unit usaha syariah (UUS), dan bank pembiayaan rakyat syariah (BPRS).

Bank syariah adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah, yaitu aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam antara bank dan pihak lain untuk penyimpanan dana dan atau pembiayaan kegiatan usaha, atau kegiatan lainnya yang dinyatakan sesuai dengan syariah.<sup>3</sup> Peranan teknologi informasi menjadi aspek yang sangat penting bagi masyarakat mengingat semakin tinggi penggunaan smartphone dan komputer sebagai media transaksi keuangan. Hal ini dapat dari pengguna internet yang umlahnya semakin bertambah.

Profesi adalah bidang pekerjaan yang dilandasi pendidikan keahlian tertentu.<sup>4</sup> Sedangkan dalam Islam profesi dapat didefinisikan sebagai fitrah sekaligus merupakan identitas manusia, sehingga bekerja yang didasarkan dan didorong oleh semangat iman bukan saja menunjukkan kepribadian seseorang muslim, tetapi sekaligus meningkatkan martabat dirinya sebagai kholifah di bumi ini. Manusia diberi tugas untuk memakmurkan, mengelola, mengatur, menata, menguasai, memelihara dan melestarikan bumi sebagai sarana dan prasarana kehidupan untuk mencari rizki di dunia. Sebagaimana firman Allah, bahwa Allah menjadikan bumi ini sebagai penopang dan penunjang hidup bagi manusia. Sarana-sarana tersebut dijadikan oleh Allah dengan maksud agar mudah dikelola manusia, segala macam sumber rizki. Muncul dan

---

<sup>2</sup> Ismail, Perbankan Syariah, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2011), hlm, 31

<sup>3</sup> Ascarya dan Diana Yumanita, Bank syariah: Gambaran Umum, (Jakarta: Pusat Pendidikan dan Studi Kebansentralan (PPSK), 2005), hlm. 68

<sup>4</sup> Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, Kamus Besar Bahasa Indonesia, Balai Pustaka, Jakarta, 1995, hlm. 702.

berkembangnya profesi *marketing* di Indonesia ini, sejalan dengan berkembangnya perusahaan yang membutuhkan jasa *marketing* dan diimbangi dengan adanya jurusan ekonomi di perguruan tinggi.

Di mana lulusan ekonomi tersebut nantinya akan memiliki skill dan memahami dunia *marketing*. Banyak perusahaan atau instansi yang membuka peluang kerja sebagai *marketing*, hal ini dikarenakan *marketing* merupakan ujung tombak suatu perusahaan. *Marketing* merupakan sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran dan perubahan value satu inisiator kepada stakeholder-nya. Dengan kata lain *marketing* adalah suatu sikap mempengaruhi seseorang agar tertarik melakukan sesuatu.

Beragamnya persepsi, sikap dan perilaku masyarakat terhadap bank syari'ah, di antaranya disebabkan oleh rendahnya pemahaman masyarakat terhadap bank syari'ah, terutama yang disebabkan dominasi bank konvensional. Selain itu, perangkat hukum dan peraturan perundang-undangan yang berlaku belum sepenuhnya mengakomodasi operasional bank syari'ah, masih terbatasnya jaringan pelayanan bank syari'ah serta terbatasnya sumber daya insani dan teknologi perbankan syari'ah.<sup>5</sup>

Penelitian tentang perilaku, karakteristik dan persepsi masyarakat terhadap bank syari'ah, khususnya di Indonesia masih sangat terbatas. Namun penelitian pendahuluan yang dilakukan Wibisana, et.al.<sup>6</sup>

Di tangan para *marketing* atau sales, sebuah produk bisa dijual atau tidak. Karena itu permintaan akan minat menjadi ini sangat tinggi, terutama mereka yang menguasai tentang sebuah produk, memiliki skill serta mempunyai potensi yang baik. Faktor yang mempengaruhi minat yang membuat pekerjaan kurang maksimal, adalah faktor dari dalam diri individu itu sendiri, yaitu berupa faktor penguasaan ilmu pengetahuan dalam hal prestasi belajar. Prestasi

---

<sup>5</sup> Zainul Arifin, *Memahami Bank Syari'ah*, (Jakarta: Alvabet, 1999), hlm. 214-215.

<sup>6</sup> M. Yusuf, Wibisana, Iwan Triyuwono, Nurkholis, A. Erani Yustika, "Studi Pendahuluan Persepsi Masyarakat tentang Bank Perkreditan Rakyat Syari'ah", Malang: Centre for Business and Islamic Economics Studies – Faculty of Economics Brawijaya University dan Bank Indonesia Jakarta, 1999, hlm. 10.

Belajar mahasiswa dapat dilihat dari Indeks Prestasi Kumulatif (IPK). Proses belajar merupakan aktivitas yang menghasilkan perubahan dalam diri mahasiswa, berupa didapatnya pengetahuan dan kecakapan-kecakapan baru. Perubahan ke arah yang lebih baik terjadi karena usaha secara sadar. Dengan demikian diharapkan mahasiswa menjadi lebih terampil dan professional karena penguasaan ilmu pengetahuan dan materi kuliah yang baik dapat menumbuhkembangkan minat menjadi *marketing*. Selain potensi, mahasiswa juga mempunyai preferensi terhadap pekerjaan yang dijalannya. Preferensi yang dimaksud adalah suatu hal yang harus didahulukan dan diutamakan daripada yang lain, prioritas, pilihan, kecenderungan dan yang lebih disukai.<sup>7</sup>

Peneliti ingin meneliti dikarenakan sedikitnya lulusan kampus UIN Walisongo Semarang terutama pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Bisnis Islam S1 jurusan Perbankan Syariah setelah menyelesaikan studi jarang ada yang bekerja sebagai *marketing* di bank Syariah, jikalau pun ada mahasiswa yang bekerja sebagai marketing tersebut tidak bertahan lama, paling lama hanya sampai 3 bulan bekerja. Dengan ini, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut terkait permasalahan tersebut dengan judul penelitian **“PENGARUH PERSEPSI, MOTIVASI DAN RESIKO TERHADAP MINAT MAHASISWA MENJADI *MARKETING* DI BANK SYARIAH (Studi Kasus Mahasiswa Perbankan Syariah UIN Walisongo Angkatan 2019-2021)”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Sebagaimana uraian latar belakang yang telah disampaikan diatas, maka dapat ditemukan rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Apakah persepsi berpengaruh terhadap minat mahasiswa menjadi *marketing* di bank syariah?

---

Iman Hilman, dkk, Perbankan Syariah Masa Depan, Senayan Abadi Publishing, Jakarta, 2003, hlm. 74.



2. Apakah motivasi berpengaruh terhadap minat mahasiswa menjadi *marketing* di bank syariah?
3. Apakah resiko berpengaruh terhadap minat mahasiswa menjadi *marketing* di bank syariah?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini yaitu :

1. Menganalisis pengaruh persepsi terhadap minat mahasiswa menjadi *marketing* di bank syariah.
2. Menganalisis pengaruh motivasi terhadap minat mahasiswa menjadi *marketing* di bank syariah.
3. Menganalisis pengaruh resiko terhadap minat mahasiswa menjadi *marketing* di bank syariah.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Dengan adanya hasil dari penelitian ini mampu bermanfaat diantaranya :

1. Manfaat akademis  
Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah khasanah keilmuan dan menjadi bahan *referensi* bagi peneliti selanjutnya mengenai pengaruh terhadap minat mahasiswa menjadi *marketing* di bank syariah.
2. Manfaat bagi perbankan  
Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi kesan positif dari *marketing* di Perbankan syariah sehingga dapat menarik alumnus-alumnus untuk memasuki dunia kerja sebagai *marketing* di bank Syariah.

### **1.5 Sistematika Penulisan**

Dalam mempermudah penulisan dan pemahaman atas penelitian ini, maka peneliti menuliskan sistematika penulisan sebagai berikut:

## **BAB I : PENDAHULUAN**

Pada bab ini menyajikan mengenai landasan pemikiran baik teori maupun fakta secara garis besar, sehingga menjadi alasan dilakukan penelitian ini. Rumusan masalah berisi pertanyaan terkait keadaan, fenomena, dan atau konsep yang perlu jawaban melalui penelitian ini. Tujuan penelitian merupakan suatu hal yang diharapkan dapat dicapai. Bagian terakhir pada bab ini adalah sistematika penulisan, menyajikan ringkasan materi yang akan dibahas pada tiap bab skripsi.

## **BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bab ini menyajikan teori-teori terkait yang dipergunakan dalam penelitian melalui sebuah landasan teori yang berguna sebagai dasar acuan penelitian, penelitian terdahulu yang masih berkaitan dengan penelitian, kerangka penelitian dan hipotesis penelitian.

## **BAB III : METODE PENELITIAN**

Pada bab ini menjelaskan variabel-variabel yang terdapat pada penelitian yang meliputi jenis dan sumber data, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, variabel penelitian, dan teknik analisis data.

## **BAB VI : HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini menyajikan gambaran umum terkait penelitian, penguji dan hasil analisis data, serta pembahasan hasil dari analisis.

## **BAB V : PENUTUP**

Pada bab ini menjelaskan kesimpulan dan saran.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Perbankan Syariah

##### 2.1.1 Pengertian Bank Syariah

Kata bank itu sendiri berasal dari bahasa Latin *banco* yang artinya bangku atau meja. Pada abad ke 12 kata *banco* merujuk pada meja, *counter* atau tempat penukaran uang (*money changer*). Dengan demikian, fungsi dasar bank adalah menyediakan tempat untuk menitipkan uang dengan aman dan menyediakan alat pembayaran untuk membeli barang dan jasa.<sup>8</sup>

Secara etimologis, kata syari'ah berarti jalan menuju sumber kehidupan. Syari'at adalah rujukan tindakan umat islam dalam beragama yang erat hubungannya dengan masalah akidah, ibadah, dan muamalah.<sup>9</sup>

Bank syariah di negara-negara lain lebih dikenal sebagai bank Islam.<sup>10</sup> Bank Islam didefinisikan sebagai lembaga perbankan yang melakukan semua kegiatan perbankan termasuk di dalamnya adalah pinjaman dan pembiayaan tanpa bunga.<sup>11</sup> Bank Islam bertujuan menyediakan jasa-jasa perbankan yang sesuai dengan prinsip-prinsip dan syariat Islam dalam sistem keuangan Islam secara menyeluruh, yang bertujuan untuk membawa manfaat kepada masyarakat dalam

---

<sup>8</sup> AndriSoemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah* (Jakarta: Kencana, 2009), hlm. 59.

<sup>9</sup> Andrianto dan Anang Firmansyah, *Manajemen Bank Syariah (Implementasi Teori dan Praktek)*, (Surabaya: Qiara Media, 2019), hlm. 26.

<sup>10</sup> Adiwarmanto, A. Karim. 2013. *Bank Islam: Fiqih dan Keuangan*. Edisi 5. Cetakan ke 9. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada

<sup>11</sup> Hassine, M. B., & Limani, R. (2014). The impact of bank characteristics on the efficiency: Evidence from MENA Islamic banks. *Journal of Applied Finance and Banking*

kepemilikan dan kesejahteraan, sehingga tidak semata-mata menciptakan keuntungan maksimum dari penggunaan modalnya.<sup>12</sup>

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia merupakan suatu perwujudan dari permintaan masyarakat yang membutuhkan suatu sistem perbankan alternatif yang selain menyediakan jasa perbankan/keuangan yang sehat, juga memenuhi prinsip-prinsip syariah.<sup>13</sup>

Menurut pasal 1 ayat (1) UU No. 21 Th. 2008 tentang perbankan syariah, bank syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut bank syariah dan unit usaha syariah. Seperti kelembagaan, kegiatan usaha, tata cara, dan proses dalam melaksanakan kegiatan usaha. Bank syariah pada dasarnya sama dengan bank umum, yaitu perusahaan yang bergerak di bidang keuangan, aktivitas perbankan selalu berkaitan dalam di bidang keuangan. Berbicara tentang bank tidak lepas dari hal keuangan. Bank syariah dalam menjalankan aktivitas nya baik dalam pnhimpunan dana maupun dalam rangka penyaluran dana memberikan dan mengenakan imbalan dengan dasar prinsip syariah yaitu jual beli dan bagi hasil.

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

Bank syariah merupakan bank yang kegiatannya mengacu pada hukum Islam, dan dalam kegiatannya tidak membebankan bunga maupun tidak membayar bunga kepada nasabah. Imbalan yang diterima

---

<sup>12</sup> Zäher, T. S., & Kabir Hassan, M. (2001). A comparative literature survey of Islamic finance and banking. Financial Markets, Institutions & Instruments

<sup>13</sup> Bank Indonesia, Cetak Biru Pengembangan Perbankan Syariah di Indonesia, 2007.

oleh bank syariah maupun yang dibayarkan kepada nasabah tergantung dari akad dan perjanjian antara nasabah dan bank Perjanjian (akad) yang terdapat di perbankan syariah harus tunduk pada syarat dan rukun akad sebagaimana diatur dalam syariah Islam.<sup>14</sup>

Dukungan regulasi ini tentunya akan mendorong pertumbuhan industri perbankan syariah secara lebih cepat lagi dan diharapkan peran industri perbankan syariah dalam mendukung perekonomian nasional akan semakin signifikan. Adapun beberapa definisi Bank Syariah menurut para ahli :

1. Karnaen Perwataatmadja dan Muhammad Syafi'i Antonio, memberikan definisi Bank Islam sebagai berikut:

Bank islam adalah bank beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah islam, yakni bank yang dalam beroperasinya mengikuti ketentuan-ketentuan syariah islam khususnya yang menyangkut tata cara bermuamalah secara islam. Dalam tata cara bermuamalat itu di jauhi praktik-praktik yang dikhawatirkan mengandung unsur-unsur riba untuk diisi dengan kegiatan-kegiatan investasi atas dasar bagi hasil dan pembiayaan perdagangan.<sup>15</sup>

2. M. Amin Aziz, mengemukakan definisi Bank Syariah sebagai berikut:

Bank islam (Bank berdasarkan syariah islam) adalah lembaga perbankan yang menggunakan sistem dan operasinya berdasarkan syariah islam. Ini berarti operasi perbankan mengikuti tata cara berusaha maupun perjanjian berusaha berdasarkan Al-Quran dan Sunah Rasul Muhammad dan bukan tata cara dan perjanjian berusaha yang bukan dituntun oleh Al-Quran dan Sunah Rasul. Dalam operasinya bank islam menggunakan sistem bagi hasil dan imbalan

---

<sup>14</sup> Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2011), hlm. 32.

<sup>15</sup> Rachmadi Usman, *Aspek Hukum Perbankan Syariah Di Indonesia*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2014), hlm. 34

lainnya yang sesuai dengan syariah islam, tidak menggunakan bunga.<sup>16</sup>

3. Sudarsono mendefinisikan bank syariah sebagai berikut:

Bank syariah ialah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan kredit dan jasa-jasa lain dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang beroperasi pada prinsip-prinsip syariah.<sup>17</sup>

Dari beberapa definisi bank syariah yang dikemukakan oleh para ahlinya, dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan bank islam atau bank syariah adalah bank yang fungsinya sebagai penghimpun dana dari masyarakat dan penyalur dana kepada masyarakat, yang sistem kegiatannya berdasarkan kepada hukum Islam atau prinsip syariah sebagaimana yang telah diatur dalam Al-Qur'an dan hadist.

Bank syariah adalah bank yang kegiatannya mengacu pada syariat Islam dan tidak membebankan biaya kepada nasabah atas kegiatannya. Dalam menentukan imbalan, baik diberikan atau diterima, bank syariah tidak menggunakan sistem bunga, melainkan konsep imbalan sesuai kesepakatan. Sebagaimana dinyatakan dalam Al-Qur'an surat Ali 'Imran ayat 130:<sup>18</sup>

مُضَعَّفَةٌ أَضْعَافًا رَّابِعًا تَأْكُلُوا لَأَ أَمْنُوا الَّذِينَ يَأْتِيهَا  
تُفْلِحُونَ لَعَلَّكُمْ اللَّهُ وَاتَّقُوا

Artinya: "Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kepada Allah agar kamu beruntung"

---

<sup>16</sup> Rachmadi Usman, *Aspek Hukum Perbankan Syariah Di Indonesia*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2014), hlm. 35

<sup>17</sup> Bustari Muchtar, Rose Rahmidani, dan Menik Kurnia Siwi, *Bank dan Lembaga Keuangan Lain*, (Jakarta: Kencana, 2016), hlm. 119.

<sup>18</sup> Ismail MBA. *Perbankan Syariah Edisi Pertama*. Jakarta: Kencana. 2011 hlm 26

Perbankan syariah tidak mungkin dipisahkan dari komponen ajaran sejarah lainnya yang bersifat komprehensif dan universal dari penerapan sistem ekonomi syariah, atau nilai-nilai syariah yang mengatur perekonomian umat. kehidupan, termasuk ritual publik dan organisasi sosial. Istilah "universal" mengacu pada fakta bahwa hukum Syariah berlaku untuk semua orang, tanpa memandang ras, kebangsaan, kelas, atau agama.<sup>19</sup>

### **2.1.2 Pemasaran Produk**

Dalam memasarkan produknya, perbankan syariah sama halnya dengan lembaga keuangan syariah lainnya seperti BMT yaitu membutuhkan *marketing* atau sales agar produknya dikenal dan diminati oleh masyarakat. Tanpa *marketing* produk-produk di perbankan syariah tidak diminati oleh masyarakat. Namun, dalam memasarkan produk seorang marketer harus memperhatikan tata cara memasarkan produk sesuai dengan syariat Islam. Tata cara memasarkan produk menurut syariat Islam adalah sebagai berikut: <sup>20</sup>

1. Meluruskan Niat Pentingnya meluruskan niat di sini karena ia merupakan sumber inspirasi dan motivasi seseorang melakukan perbuatan. Apabila niatnya baik, maka amal perbuatan yang dilakukan juga bernilai baik, begitu juga sebaliknya.
2. Memperhatikan Ulama Hal penting lain yang perlu juga diperhatikan pengelola perbankan syariah dalam memasarkan produknya adalah dengan menetapkan jadwal rutin kunjungan silaturahmi kepada para ulama. Untuk itu, perlu dipikirkan langkah-langkah strategis yang memungkinkan perbankan syariah dapat mengukuhkan jalinan kerjasamatesebut secara lebih dekat dengan lembaga atau organisasi-organisasi sosial keagamaan yang berada di bawah pengaruh

---

<sup>19</sup> Trisadini P Usanti et.al, *Transaksi Bank Syariah*, Jakarta:Bumi Aksara, 2013. hlm 3

<sup>20</sup> Makhalul Ilmi, *Teori & Praktek Lembaga Mikro Keuangan Syariah*, UII Press, Yogyakarta, 2002, hlm. 57.

(naungan) ulama, antara lain dengan menawarkan produk-produk simpanan berbagi hasil perbankan syariah, seperti simpanan pendidikan untuk para santri, simpanan haji untuk umat islam yang telah berkecukupan, simpanan qurban, simpanan idul fitri dan lain-lain jenis simpanan yang dapat mengakses kebutuhan umat.<sup>21</sup>

### 3. Memperluas jaringan kerjasama

Dengan semakin banyak pihak yang dirangkul, maka semakin banyak pula peluang untuk memacu percepatan pengembangan lembaga, dan ini berarti target-target pemasaran akan semakin mudah dicapai. Demikian juga eksistensi perbankan syariah semakin kukuh di masyarakat karena mengalirnya banyak dukungan dari pihak-pihak yang terjalin kerjasamanya. Pihak-pihak yang dimaksud antara lain sebagai berikut:

- a) Para aghniya, yakni orang-orang muslim yang memiliki kelebihan harta.
- b) Pengusaha muslim yang jujur dan memiliki komitmen kuat terhadap pemberdayaan ekonomi umat.
- c) Perbankan syariah, lokal maupun nasional, lembaga-lembaga keuangan mikro lainnya

### 4. Jemput bola

Sebagai lembaga keuangan yang baru didirikan, perbankan syariah membutuhkan promosi dan sosialisasi secara lebih optimal di masyarakat. Keaktifan pengelola dalam memasarkan produknya dengan demikian merupakan komponen terpenting yang akan menentukan tingkat keberhasilan lembaga. Salah satu cara efektif yang dapat dilakukan untuk mencapai target-target pemasaran produk-produk Perbankan Syariah di awal operasional adalah dengan melakukan pendekatan jemput bola.

---

<sup>21</sup> *Ibid.*, hlm. 58.



Dari prespektif syariah, jemput bola dapat juga diartikan sebagai upaya perbankan syariah mengembangkan tradisi silaturahmi yang menurut keterangan Nabi SAW, dapat menambah rizki, memanjangkan umur, serta menjauhkan manusia dari dendam dan kebencian. Dari sini Dari prespektif syariah, jemput bola dapat juga diartikan sebagai upaya perbankan syariah mengembangkan tradisi silaturahmi yang menurut keterangan Nabi SAW, dapat menambah rizki, memanjangkan umur, serta menjauhkan manusia dari dendam dan kebencian. Dari sini kemudian terbinalah persaudaraan yang baik antara Perbankan Syariah dengan nasabah dan antara muslim satu dengan muslim lainnya<sup>22</sup>

## **2.2 Minat Menjadi *Marketing***

### **2.2.1 Pengertian Minat**

Minat dalam kamus besar bahasa Indonesia diartikan sebagai sebuah kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu, gairah, atau keinginan.<sup>23</sup> Secara sederhana minat dapat diartikan sebagai suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian dan bertindak terhadap orang, aktifitas atau situasi yang menjadi objek dari minat tersebut dengan disertai perasaan senang. Dalam batasan tersebut terkandung suatu pengertian bahwa di dalam minat ada pemusatan perhatian subjek, ada usaha dari subyek yang dilakukan dengan perasaan senang, ada daya penarik dari objek.<sup>24</sup>

---

<sup>22</sup> *Ibid.*, hlm. 61.

<sup>23</sup> Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan Dan Pengembangan Bahasa, Op. Cit., hlm. 656.

<sup>24</sup> Abdul Rahman Shaleh. Muhib Abdul Wahab, Psikologi Suatu Pengantar dalam Perspektif Islam, Prenada Media, Jakarta, 2004, hlm. 263.

## 2.2.2 Minat dalam Perspektif Islam

Al-Qur'an telah membicarakan tentang minat yang terdapat dalam surat yang pertama kali turun. Yaitu perintah agar kita membaca. Membaca yang dimaksud bukan hanya membaca buku atau dalam artian tekstual, akan tetapi juga dalam semua aspek. Apakah itu tuntunan untuk membaca cakrawala jagad yang merupakan tanda kebesaran-Nya, serta membaca potensi diri, sehingga dengan-Nya kita dapat memahami apa yang sebenarnya hal yang menarik minat kita dalam kehidupan ini. Firman Allah SWT :

وَرَبُّكَ أَقْرَأُ ۚ بِالْقَلَمِ عَلَّمَ الذِّي ۝ يَعْلَمُ لَمْ مَا الْإِنْسَانَ عَلَّمَ  
ۃ الْأَكْرَمُ

Artinya : “Bacalah dengan (menyebut) nama Tuhanmu yang Menciptakan, Dia telah menciptakan manusia dari segumpal darah, Bacalah dan Tuhanmulah yang Maha pemurah, Yang mengajar (manusia) dengan perantaran kalam, Dia mengajar kepada manusia apa yang tidak diketahuinya”. (QS. Al-Alaq: 3-5)<sup>25</sup>

Jadi, betapapun bakat dan minat merupakan karunia terbesar yang dianugerahkan Allah SWT, kepada kita. Namun, itu bukan berarti kita hanya terpangku tangan dan minat serta bakat tersebut berkembang dengan sendirinya.

## 2.2.3 Minat Menjadi *Marketing* di Perbankan Syariah

Minat menjadi *marketing* adalah kecenderungan, keyakinan, serta kesediaan dari dalam diri individu untuk menjadi *marketing*. Minat menjadi *marketing* merupakan salah satu bentuk konkrit dari salah satu macam-macam minat menurut Kuder dalam Purwaningrum yaitu minat

---

<sup>25</sup> Surat al-Alaq ayat 1-3, Al-Qur'an dan Terjemahnya, Sinar Baru Algensindo, Bandung, 2006, hlm.479.

persuasif. Minat persuasif adalah minat terhadap pekerjaan yang berhubungan mempengaruhi orang lain. Karena *marketing* itu bekerjanya mempengaruhi orang lain agar percaya dan tertarik untuk melakukan sesuatu.

#### **2.2.4 Indikator Minat**

Menurut Rianti mengungkapkan bahwa lima indikator minat yaitu:<sup>26</sup>

- 1) Memiliki kemauan, merupakan keinginan yang diperoleh pada diri seseorang tanpa mengandung unsur paksaan pihak lain sehingga akan mempunyai etos kerja yang tinggi dan hubungan harmonis terhadap sesama rekan kerja.
- 2) Perasaan senang dan ketertarikan, merupakan kecenderungan terhadap bidang pekerjaan yang dijalani.
- 3) Memiliki perhatian, merupakan pemilihan rangsangan yang datang dari lingkungan. Seseorang yang berminat terhadap suatu objek pasti perhatiannya akan memusat pada objek tersebut.
- 4) Memiliki kesadaran, seseorang dikatakan mempunyai kesadaran dalam bekerja apabila dapat mengerjakan tugas yang ada tanpa diminta untuk melakukannya.
- 5) Konsentrasi, merupakan pemusatan jiwa terhadap masalah atau objek yang diakibatkan dari perhatian yang bersifat spontan yang ditimbulkan oleh minat terhadap satu hal.<sup>27</sup>

---

<sup>26</sup> Rianti R, Peran Minat Kerja dalam Memediasi Pengaruh Praktik Kerja Industri dan Bimbingan Karir Terhadap Kesiapan Kerja Siswa Kelas XII Kompetensi Keahlian Akuntansi SMK N 1 Banyudono, (Semarang:Universitas Negeri Semarang, tahun 2005), hlm 52

<sup>27</sup> Mahfira, Pengaruh magang, Penghargaan Finansial, Pertimbangan Pasar Kerja Terhadap Minat Mahasiswa Perbankan Syariah untuk Berkerja di Bank Syariah, (Palopo, Institut Agama Islam Negeri Palopo, 2023), hlm. 17

## 2.3 Persepsi

### 2.3.1 Pengertian persepsi

Persepsi adalah proses yang menyangkut masuknya pesan atau informasi ke dalam otak manusia. Melalui persepsi manusia terus-menerus mengadakan hubungan dengan lingkungannya.<sup>28</sup> Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, persepsi adalah tanggapan (penerimaan) langsung dari sesuatu. Proses seseorang mengetahui beberapa hal melalui panca inderanya.

Ayat yang mewakili tentang penglihatan dalam proses persepsi terdapat dalam Q.S An-Nur ayat 43:

يَجْعَلُهُ ثُمَّ بَيِّنَهُ يُؤَلِّفُ ۖ ثُمَّ سَحَابًا يُزْجِي اللَّهُ أَنْ تَرَ أَلْمَ  
السَّمَاءِ مِنْ يُنْزِلُ ۖ وَ خِلَلَهُ مِنْ يَخْرُجُ الْوَدْقَ فَتَرَى رُكَامًا  
عَنْ وَيَصْرِفُهُ يَنْشَاءُ نَمَ بِهِ فَيُصِيبُ بَرَدٍ مِنْ فِيهَا جِبَالٍ مِنْ  
بِالْأَبْصَارِ يَذْهَبُ بَرْقُهُ سَنَا يَكَادُ يَنْشَاءُ مِّنْ

Artinya: “Tidakkah engkau melihat bahwa sesungguhnya Allah mengarahkan awan secara perlahan, kemudian mengumpulkannya, lalu menjadikannya bertumpuk-tumpuk. Maka, engkau melihat hujan keluar dari celah-celahnya. Dia (juga) menurunkan (butiran-butiran) es dari langit, (yaitu) dari (gumpalan-gumpalan awan seperti) gunung-gunung. Maka, Dia menimpakannya (butiran-butiran es itu) kepada siapa yang Dia kehendaki dan memalingkannya dari siapa yang Dia kehendaki. Kilauan kilatnya hampir-hampir menghilangkan penglihatan.” (QS. An-Nur: 43).

---

<sup>28</sup> Slameto, Belajar dan factor-faktor yang mempengaruhi, (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), hlm 102

Ayat di atas memberikan penjelasan bahwa manusia mengetahui mengenai proses terjadinya hujan dengan menggunakan salah satu panca inderanya yaitu mata. Hal itu membuktikan bahwa sebelum manusia mengetahui proses terjadinya hujan terlebih dahulu terjadi penyerapan informasi oleh mata dan diteruskan menjadi sebuah persepsi.

Sugihartono mengemukakan bahwa persepsi adalah kemampuan otak dalam menerjemahkan stimulus atau proses untuk menerjemahkan stimulus yang masuk ke dalam alat indera manusia. Persepsi manusia terdapat perbedaan sudut pandang dalam penginderaan. Ada yang mempersepsikan sesuatu itu baik atau persepsi yang positif maupun persepsi negatif yang akan mempengaruhi tindakan manusia yang tampak atau nyata.<sup>29</sup>

### **2.3.2 Indikator Persepsi**

Menurut Walgito ada beberapa hal yang di perlukan agar persepsi dapat disadari oleh individu yaitu:

1) Penyerapan terhadap rangsang atau objek dari luar individu

Rangsang atau objek tersebut diserap atau diterima oleh panca indera, baik penglihatan, pendengaran, peraba, pencium, dan pencecap secara sendiri-sendiri maupun bersama-sama. Dari hasil penyerapan atau penerimaan oleh alat-alat indera tersebut akan mendapatkan gambaran, tanggapan, atau kesan di dalam otak. Gambaran tersebut dapat tunggal maupun jamak, tergantung objek persepsi yang diamati. Di dalam otak terkumpul gambaran-gambaran atau kesan-kesan, baik yang lama maupun yang baru saja terbentuk. Jelas tidaknya gambaran tersebut tergantung dari jelas tidaknya rangsang, normalitas alat indera dan waktu, baru saja atau sudah lama.

2) Pengertian atau pemahaman

---

<sup>29</sup> Sugihartono, Psikologi Pendidikan, (Yogyakarta: UNY press, 2007), hlm 8

Setelah terjadi gambaran-gambaran atau kesan-kesan di dalam otak, maka gambaran tersebut diorganisir, digolongkan (diklasifikasi), dibandingkan, diinterpretasi, sehingga terbentuk pengertian atau pemahaman. Proses terjadinya pengertian atau pemahaman tersebut sangat unik dan cepat. Pengertian yang terbentuk tergantung juga pada gambaran-gambaran lama yang telah dimiliki individu sebelumnya (disebut apersepsi).

3) Penilaian atau evaluasi

Setelah terbentuk pengertian atau pemahaman, terjadilah penilaian dari individu. Individu membandingkan pengertian atau pemahaman yang baru diperoleh tersebut dengan kriteria atau norma yang dimiliki individu secara subjektif. Penilaian individu berbeda-beda meskipun objeknya sama. Oleh karena itu persepsi bersifat individual.<sup>30</sup>

### 2.3.3 Faktor yang Mempengaruhi Persepsi

Menurut Miftah Toha faktor-faktor yang berperan dalam persepsi dapat dikemukakan beberapa faktor, yaitu:

1) Faktor internal: perasaan, sikap dan kepribadian individu, prasangka, keinginan atau harapan, perhatian (fokus), proses belajar, keadaan fisik, gangguan kejiwaan, nilai dan kebutuhan juga minat, dan motivasi.

2) Faktor eksternal: latar belakang keluarga, informasi yang diperoleh, pengetahuan dan kebutuhan sekitar, intensitas, ukuran, keberlawanan, pengulangan gerak, hal-hal baru dan familiar atau ketidakasingan suatu objek.<sup>31</sup>

---

<sup>30</sup> Bimo Walgito, Pengantar Psikologi Umum, (Yogyakarta: Andi, H, 1990), hlm 54-55

<sup>31</sup> Mifta Thoha, Manajemen Sumber Daya Manusia, (Jakarta: PT. Grafindo Persada, 2003), hlm

## 2.4 Motivasi

### 2.4.1 Pengertian Motivasi

Motivasi adalah aktivitas perilaku yang bekerja dalam usaha memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang diinginkan<sup>32</sup>. Motivasi adalah keinginan untuk melakukan sesuatu dan menentukan kemampuan bertindak untuk memuaskan kebutuhan individu. Suatu kebutuhan berarti suatu kekurangan secara fisik atau psikologis yang membuat keluaran tertentu terlihat menarik. *Motivating* adalah keseluruhan proses pemberian motivasi (dorongan) kepada para pegawai agar mereka mau dan suka bekerja sehingga tujuan organisasi dapat tercapai secara efektif dan efisien.

Dalam islam motivasi kerja dijelaskan dalam Al-Qur'an surat Al-Jumu'ah ayat 10 :

مَنْ وَابْتَعُوا رِضًا إِلَّا فِي فَاَنْتَشِرُوا الصَّلَاةُ قُضِيَتْ فَإِذَا  
نَ تَفْلِحُوا لَعَلَّكُمْ كَثِيرًا اللَّهُ وَادْكُرُوا اللَّهَ فَضْلًا

Artinya: “Apabila salat telah dilaksanakan, maka bertebaranlah kamu di bumi carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak agar kamu beruntung.” (QS. Al-Jumu'ah: 10).

Ayat di atas menjelaskan bahwa setiap manusia yang ada di bumi ini harus memiliki dorongan untuk lebih baik lagi dalam dirinya, hal tersebut di karenakan Allah SWT hanya memberi karunia, rahmat, serta rizkinya kepada orang-orang yang memiliki semangat serta motivasi yang kuat dalam dirinya. Motivasi berperan penting dalam diri manusia, orang yang memiliki motivasi yang kuat pada dirinya selalu menanamkan niat yang sungguh-sungguh, dan selalu bekerja keras, kerja

---

<sup>32</sup> Irham Fahmi, Manajemen Teori, Kasus, dan Solusi, (Bandung: Alfabeta, 2014), hlm 143

yang baik menurut Islam dapat di artikan dengan makna yang umum dan makna yang khusus.

Motivasi kerja dalam Islam menurut Muwafik Saleh yaitu :

1. Niat baik dan benar (mengharap ridha Allah SWT).

Niat inilah yang menentukan arah pekerjaan, jika niat bekerja hanya ingin mendapatkan gaji maka hanya itulah yang akan didapat. Jika niat bekerja sekaligus untuk menambah simpanan akhirat, manambah harta halal, serta menafkahi keluarga, tentu akan mendapat sebagaimana yang di niatkan.

2. Takwa dalam bekerja.

Taat melaksanakan perintahnya dan menjauhi larangannya. Orang yang bertakwa dalam bekerja adalah orang yang mampu bertanggung jawab terhadap segala tugas yang diamanahkan.

3. Ikhlas dalam bekerja.

Ikhlas adalah syarat kunci diterimanya amal perbuatan manusia disisi Allah SWT, suatu kegiatan atau aktifitas termasuk kerja jika dilakukan dengan ikhlas maka akan mendatangkan rahmat dari Allah SWT.<sup>33</sup>

#### **2.4.2 Indikator Motivasi**

Menurut Hasibuan, indikator untuk mengetahui tingkat motivasi kerja pada karyawan, yaitu :

- 1) Kebutuhan fisik

Yang termasuk kebutuhan fisik seperti: lapar, haus, tempat berteduh dan kebutuhan jasmani .

- 2) Kebutuhan rasa aman dan keselamatan

Termasuk jaminan serta perlindungan terhadap gangguan emosi.

- 3) Kebutuhan sosial

---

<sup>33</sup> Ananto Pramadhika, "Motivasi Kerja Dalam Islam" Jurnal Motivasi Kerja, September 2011, hlm 33



Termasuk rasa kasih kasang, rasa memiliki, rasa menerima , dan persehabatan.

4) Kebutuhan akan penghargaan

Seperti penghargaan internal, harga diri, otonomi, keberhasilan, dan faktor penghargaan eksternal, seperti status, pengakuan dan perhatian.

5) Kebutuhan perwujudan diri.

Termasuk dorongan untuk mewujudkan kemampuan seseorang , pertumbuhan, pemenuhan potensi dan pemenuhan keinginan diri sendiri.<sup>34</sup>

### **2.4.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Motivasi**

Motivasi sebagai proses psikologis dalam diri seseorang akan dipengaruhi beberapa faktor. Faktor-Faktor tersebut bisa dibedakan dari faktor intern dan ekstern yang berasal dari karyawan.

1. Faktor Intern

Faktor intern yang dapat memengaruhi pemberian motivasi pada seseorang antara lain:

a. Keinginan untuk dapat hidup

Keinginan untuk dapat hidup merupakan kebutuhan setiap manusia yang hidup di muka bumi ini. Untuk mempertahankan hidup ini orang mau mengerjakan apa saja, apakah pekerjaan itu baik atau jelek, apakah halal atau haram, dan sebagainya.

b. Keinginan untuk dapat memiliki

Keinginan untuk dapat memiliki benda dapat mendorong seseorang untuk mau melakukan pekerjaan. Hal ini banyak kita alami dalam kehidupan kita sehari-hari, bahwa keinginan yang keras untuk dapat memiliki itu dapat mendorong orang untuk mau bekerja.

---

<sup>34</sup> Hasibuan Malayu, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2008), hlm 148

c. Keinginan untuk memperoleh penghargaan

Seseorang mau bekerja karena adanya suatu keinginan untuk diakui, dihormati oleh orang lain. Untuk memperoleh status sosial yang lebih tinggi, orang mau mengeluarkan uangnya, untuk memperoleh uang tersebut pun harus berkerja keras.

d. Keinginan untuk memperoleh pengakuan

Bila di perinci, maka keinginan memperoleh pengakuan itu dapat meliputi hal-hal berikut:

- a) Adanya penghargaan terhadap prestasi
- b) Adanya hubungan kerja yang harmonis dan kompak
- c) Pimpinan yang adil dan bijaksana
- d) Perusahaan tempat bekerja dihargai oleh masyarakat
- e) Keinginan untuk berkuasa

Keinginan untuk berkuasa akan mendorong seseorang untuk bekerja. Kadang-kadang keinginan untuk berkuasa ini dipenuhi dengan cara yang tidak terpuji, namun cara-cara yang dilakukan itu masih termasuk dalam bekerja juga.<sup>35</sup>

2. Faktor Ekstern

Faktor ekstern juga tidak kalah peranannya dalam melemahkan motivasi kerja seseorang. Faktor-faktor ekstern itu adalah:

a. Kondisi lingkungan kerja

Lingkungan pekerjaan adalah keseluruhan sarana dan prasarana kerja yang ada disekitar karyawan yang sedang melakukan pekerjaan yang mempengaruhi pelaksanaan pekerjaan.

b. Kompensasi yang memadai

Kompensasi merupakan sumber penghasilan utama bagi para karyawan untuk menghidupi diri beserta keluarganya. Kompensasi yang memadai merupakan alat motivasi

---

<sup>35</sup> Edy Sutrisno, Manajemen Sumber Daya Manusia, (Jakarta: Kencana, 2011), hlm 116-118

yang paling ampuh bagi perusahaan untuk mendorong para karyawan bekerja dengan baik.

c. Supervisi yang baik

Fungsi supervisi dalam suatu pekerjaan adalah memberikan pengarahan, membimbing kerja para karyawan, agar dapat melaksanakan kerja dengan baik tanpa membuat kesalahan.

d. Adanya jaminan pekerjaan

Setiap orang akan mau bekerja mati-matian mengorbankan apa yang ada pada dirinya untuk perusahaan, kalau yang bersangkutan merasa ada jaminan karier yang jelas dalam melakukan pekerjaan

e. Status dan tanggung jawab

Status atau kedudukan dalam jabatan tertentu merupakan dambaan setiap karyawan dalam bekerja. Mereka bukan hanya mengharapkan kompensasi semata, tetapi pada suatu masa mereka juga berharap akan dapat kesempatan menduduki jabatan dalam suatu perusahaan.

f. Peraturan yang fleksibel

Bagi perusahaan besar, biasanya sudah ditetapkan sistem dan prosedur kerja yang harus dipatuhi oleh seluruh karyawan. Sistem dan prosedur kerja ini dapat kita sebut dengan peraturan yang berlaku dan bersifat mengatur dan melindungi para karyawan.<sup>36</sup>

## 2.5 Resiko

### 2.5.1 Definisi Resiko

Resiko dapat ditafsirkan sebagai bentuk keadaan ketidakpastian tentang suatu keadaan yang akan terjadi nantinya (future) dengan keputusan yang diambil berdasarkan berbagai pertimbangan pada saat

---

<sup>36</sup> Edy Sutrisno, Manajemen Sumber Daya Manusia..., hlm 118-120

ini. Resiko muncul karena adanya ketidakpastian.<sup>37</sup> Resiko secara strategis pengambil keputusan bisnis menerangkan bahwa resiko bisa didefinisikan sebagai uncertainty dimana resiko berhubungan dengan ketidakpastian. Resiko dihubungkan dengan kemungkinan terjadinya akibat buruk (kerugian) yang tak diinginkan atau tidak terduga.<sup>38</sup>

Resiko adalah suatu keadaan uncertainty yang dipertimbangkan orang untuk memutuskan atau tidak melakukan transaksi secara online. Orang-orang benar mempertimbangkan jarak dan suasana impersonal dalam transaksi online dan infrastruktur global yang banyak mengandung unsur resiko. Resiko merupakan sesuatu yang tidak bisa dihindarkan, resiko akan terjadi ketika terbentuknya selisih antara keuntungan atau manfaat yang diterima dengan yang diharapkan. Resiko menjadi sebuah pertimbangan seseorang dalam memberikan suatu keputusan. Resiko bisa dikelompokkan kedalam dua tipe resiko, yaitu:

- 1) Resiko murni (*pure risk*) adalah resiko dimana kemungkinan kerugian ada, tetapi kemungkinan keuntungan tidak ada.
- 2) Resiko spekulatif adalah resiko dimana kita mengharapkan terjadinya kerugian dan juga keuntungan.

### **2.5.2 Sebab Terjadinya Resiko**

Kondisi yang tidak pasti dalam resiko dapat terjadi karena beberapa sebab, diantaranya :

1. Tenggang waktu antara perencanaan suatu kegiatan sampai kegiatan itu berakhir / menghasilkan, dimana semakin panjang tenggang waktu maka semakin panjang ketidak pastiannya.

---

<sup>37</sup> Sartika Susanti, dkk, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Berinvestasi di Galeri Investasi Universitas Negeri Makasar", Prosiding Seminar Nasional Pendidikan Ekonomi, (2018), hlm 4

<sup>38</sup> Supranto, Pengambilan Risiko secara Strategis Bagi Pengambil Keputusan Bisnis, (Jakarta:Rajawali, 2013), hlm 33.

2. Keterbatasan informasi yang tersedia diperlukan dalam penyusunan rencana.
3. Keterbatasan pengetahuan, kemampuan atau teknik pengambilan keputusan dari perencanaan<sup>39</sup>

### 2.5.3 Resiko Dalam Perspektif Islam

Dalam bertransaksi dibidang keuangan tidak dapat terhindar dari kemungkinan resiko. Entitas “gharar” dan “resiko” merupakan komponen yang sulit dipisahkan bahkan maknapun sulit untuk dibedakan, karena keduanya sering mencirikan ketidakpastian. Resiko memang tidak dapat dihindari akan tetapi dapat dikelola dan dikendalikan. Karenanya manajemen resiko merupakan salah satu cara untuk dapat mengendalikan suatu resiko yang mungkin muncul. Sasaran manajemen resiko adalah mengidentifikasi, mengukur, memantau, dan mengendalikan jalannya suatu kegiatan usaha, karena itu manajemen resiko berfungsi sebagai early warning system terhadap kegiatan usaha, misalnya, usaha lembaga keuangan.<sup>40</sup>

Islam sangat menginginkan umatnya untuk mengantisipasi risiko dan menganjurkan untuk melaksanakan perencanaan agar lebih baik di masa yang akan datang. Sebagaimana yang terlihat dalam Al-Qur'an surat al-Hasyr ayat 18 yaitu:

مَا نَفْسٌ وَلاَ نَفْسٌ وَلاَ نَفْسٌ وَلاَ نَفْسٌ وَلاَ نَفْسٌ وَلاَ نَفْسٌ وَلاَ نَفْسٌ وَلاَ نَفْسٌ  
تَعْمَلُونَ بِمَا خَيْرُ اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ بِمَا تَعْمَلُونَ بَصِيرٌ

Artinya: Wahai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan hendaklah setiap orang memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat). Bertakwalah kepada

---

<sup>39</sup> Djojosoedarso, Prinsip-prinsip Manajemen Risiko dan Asuransi, (Jakarta: Salemba Empat. 1999), hlm.2

<sup>40</sup> Muhammad Iqbal, Asuransi Umum Syari'ah Dalam Praktek (Upaya menghilangkan Gharar, Maisir, dan Riba), (Jakarta: Gema Insani Press, 2005), hlm 18

Allah. Sesungguhnya Allah Mahateliti terhadap apa yang kamu kerjakan. (Q.S. Al-Hasyr: 18)

Ayat tersebut adalah asas dalam mengintrospeksi diri, dan bahwa sepatutnya seorang hamba memeriksa amal yang dikerjakannya. Demikian juga dengan resiko, untuk menghindarinya agar tidak terjadi terlalu parah maka harus dipikirkan terlebih dahulu apa saja yang akan terjadi di kemudian harinya, dengan melakukan pengawasan untuk hari esok. Kegiatan yang meliputi seperti perencanaan, pengorganisasian, mengarahkan dan melaksanakan. Jika yang dilakukan tersebut berisiko tinggi maka harus berhati-hati dalam melakukannya, begitu pun juga sebaliknya.

#### 2.5.4 Indikator Resiko

Indikator Resiko menurut Pavlou dalam Rithmaya (2006) adalah:

1. Transaksi tidak beresiko.
2. Keputusan dalam melakukan transaksi mutlak benar.
3. Menguntungkan dalam hal biaya dan juga waktu.

#### 2.6 Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian dan Variabel	Jurnal/ Skripsi	Variabel	Hasil Penelitian
1.	Rohmatul Umah, Rio Kartika Supriyatna, dan Musa	Pengaruh Persepsi Mahasiswa terhadap Minat Menabung	Jurnal	X: Persepsi Y: Minat Menabung di	Persepsi mahasiswa FEBI INAIS berpengaruh nyata dan positif terhadap

	Hubeis., 2018	di Bank Syariah: Studi Kasus Mahasiswa FEBI INAIS Bogor		Bank Syariah	minat menabung mahasiswa di bank syariah
2.	Binti Mukaroma h 2021	Pengaruh Motivasi, Pengetahuan, Persepsi, Kepercayaan, dan Sikap Terhadap Minat Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dalam Menggunakan Mobile Banking Bank Syariah	Skripsi	X1: Motivasi  X2: Pengetahuan  X3: Persepsi  X4: Kepercayaan  X5: Sikap  Y: Minat Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dalam Menggunakan Mobile	Motivasi, pengetahuan, persepsi, kepercayaan, dan sikap berpengaruh secara simultan atau bersama- sama positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dalam menggunakan mobile banking Bank Syariah.

				Banking Bank Syariah	
3.	Nuril Fijriah, 2021	Pengaruh Persepsi Terhadap Minat Mahasiswa Menabung Di Bank Syariah	Skripsi	X1: Persepsi  Y: Minat Mahasiswa  Menabung Di Bank Syariah	Persepsi merupakan salah satu yang mempengaruhi minat menabung mahasiswa di bank syariah dengan tingkat pengaruh variabel yang tinggi/kuat, dimana terdapat pengaruh positif persepsi terhadap minat menabung mahasiswa di bank syariah. persepsi memiliki pengaruh penting terhadap minat menabung di



					Bank Syariah yang pada kenyataannya dalam penelitian ini faktor persepsi sangat memiliki pengaruh yang penting pada minat menabung mahasiswa.
4.	Maryani Oktarina, 2022	Pengaruh Pengetuhan Dan Motivasi Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah Dan Ilmu	Skripsi	X1: Pengetahuan X2: Motivasi Y: Minat Menabung Di Bank Syariah	Variabel pengetahuan memiliki pengaruh terhadap minat menabung di bank Syariah sementara variabel motivasi tidak memiliki pengaruh terhadap minat menabung

		Kominukasi UIN Jakarta			
5.	Abdilah Rahmad, 2020	Pengaruh motivasi dan persepsi mahasiswa terhadap Minat menjadi pegawai bank syariah	Skripsi	X1: Motivasi  X2: Persepsi  Y: Minat menjadi pegawai bank Syariah	Motivasi dan Persepsi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat menjadi pegawai bank syariah.
6.	Ni'matul, Aulia.201 9	Pengaruh prngetahuan , motivasi dan promosi terhadap minat masyarakat menabung di Bank Syariah (studi kasus masyarakat kabupaten madiun)	Skripsi	X1: Pengetahu an  X2: Motivasi  X3: Promosi  Y: minat menabung masyaraka t kabupaten Madiun	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel pengetahuan dan motivasi tidak berpengaruh dan signifikan terhadap minat menabung, sedangkan variabel promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat

					menabung masyarakat.
7.	Kartika Ayu Anggraen 2020	Pengaruh Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Risiko Terhadap Minat Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung Dalam Menggunakan Internet Banking Pada Bank Umum Syariah	Skripsi	X1: Manfaat X2: Kemudahan Penggunaan X3: Resiko Y: Minat Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung Dalam Menggunakan Internet Banking Pada Bank	Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa manfaat, kemudahan penggunaan dan risiko secara simultan atau bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa FEBI IAIN Tulungagung dalam menggunakan internet banking pada Bank Umum Syariah

				Umum Syariah	
8.	Indah Tri Wahyuni, 2018	Pengaruh Risiko (Risk) Dan Kepercayaa n (Trust) Terhadap Minat Mengguna kan E- Banking Oleh Mahasiswa Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Iain Jember Periode 2014-2017	Skripsi	X1: Resiko  X2: Kepercaya an  Y: Minat Mengguna kan E- Banking Oleh  Mahasisw a Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Iain Jember	Berdasarkan hasil Penelitian dapat dikatakan bahwa Risiko (Risk) dan Kepercayaan (Trust) secara simultan (bersama- sama) berpengaruh terhadap minat menggunakan e-banking oleh mahasiswa prodi perbankan syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Jember.
9.	Fira Respita, 2022	Pengaruh Persepsi Kegunaan Dan Risiko Terhadap	Skripsi	X1: Persepsi Kegunaan  X2: Risiko	Penelitian ini secara simultan menunjukkan bahwa Persepsi Kegunaan dan

		Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Bank Aceh Syariah Cabang Simeulue		Y: Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Bank Aceh Syariah Cabang Simeulue	Resiko bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking Bank Aceh Syariah Cabang Simeulue.
10.	Aris Listianto, Dimas Tri Prasetya, Dila Ratnasari Catur Putri, Nur Laila Yuliani. 2018.	Determinan ketertarikan mahasiswa dalam memulai karir menjadi <i>marketing</i> profesional	Jurnal	X: Determinan Y: <i>Marketing</i>	Berdasarkan hasil analisis dapat disimpulkan bahwa <i>self efficacy</i> lingkungan teknologi berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa menjadi <i>marketing</i> . Sedangkan manajemen risiko, motivasi, <i>locus</i>

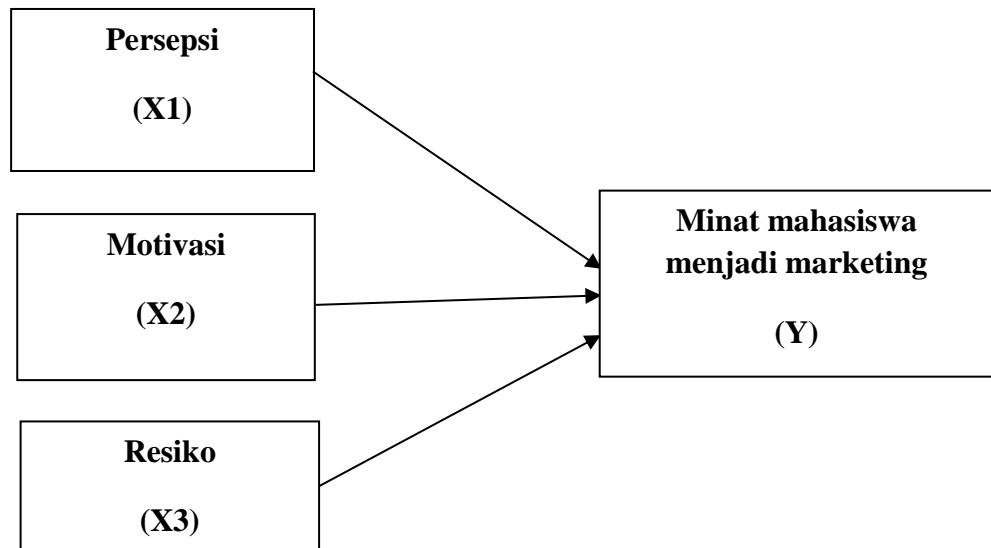
					<i>of control</i> dan lingkungan sosial & budaya tidak berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa menjadi <i>marketing</i> .
--	--	--	--	--	--

Dari beberapa penelitian terdahulu terdapat perbedaan pada penelitian ini. Salah satu perbedaannya terdapat pada variable peneliti yang berbeda dengan variable peneliti terdahulu, yaitu terletak pada variable persepsi, variable motivasi dan variabel resiko minat mahasiswa menjadi *marketing*. Kemudian perbedaan lainnya terdapat pada objek penelitian yaitu pada mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang program studi S1 Perbankan Syariah.

## 2.7 Kerangka Pemikiran

Variable X (bebas/independen) dalam penelitian ini ada dua, yaitu : Persepsi (X1), motivasi (X2) dan Resiko (X3) Sedangkan variabel Y (terikat/dependen), yaitu : Resiko minat mahasiswa menjadi *marketing* (Y). Variabel X berpengaruh pada variabel Y, maka kerangka pemikiran teoritik dapat digambarkan sebagai berikut:

**Gambar 2. 1 Kerangka Berfikir Penelitian**



## **2.8 Hipotesis Penelitian**

Hipotesis penelitian diartikan sebagai proporsisi atau hubungan antara dua atau lebih konsep atau variabel yang harus diuji kebenarannya melalui penelitian empiris.<sup>41</sup> Istilah hipotesis mengacu pada penjelasan sementara untuk pertanyaan atau masalah penelitian. Kebenaran asumsi ini harus ditetapkan dengan menggunakan data yang telah dikumpulkan. Berdasarkan data dari sampel, hipotesis adalah pernyataan tentang situasi populasi yang telah dibuktikan kebenarannya, berdasarkan temuan penelitian. Hipotesis berikut berasal dari evaluasi literatur studi dan kerangka teoritis:

### **2.8.1 Pengaruh persepsi terhadap minat mahasiswa Perbankan Syariah menjadi *marketing* di Bank Syariah**

Penelitian yang dilakukan oleh Alifina Ramayanti dan Novi Khoiriawati (2023) yang berjudul “Pengaruh Motivasi, Pengetahuan dan Persepsi Terhadap Minat Berkarir Mahasiswa di Perbankan Syariah” bertujuan untuk menguji pengaruh variable motivasi, pengetahuan dan persepsi terhadap minat berkarir mahasiswa di perbankan Syariah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variable

---

<sup>41</sup> Sugiyono, Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods), (Bandung : Alfabeta, 2012), hal. 70-71

persepsi mempengaruhi minat mahasiswa berkarir di Perbankan Syariah.

Penelitian yang dilakukan oleh Abdillah Rahmad (2020) dengan judul “Pengaruh Motivasi dan Persepsi Mahasiswa Terhadap Minat Menjadi Pegawai Bank Syariah” bertujuan untuk mengetahui pengaruh motivasi dan persepsi mahasiswa menjadi pegawai Bank Syariah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi mahasiswa berpengaruh terhadap minat menjadi pegawai bank Syariah secara signifikan.

Dari kedua penelitian diatas, penulis membuat hipotesis sebagai berikut:

H<sub>1</sub> : Persepsi tidak berpengaruh terhadap minat mahasiswa Perbankan Syariah menjadi marketing di Bank Syariah.

H<sub>2</sub> : Persepsi berpengaruh terhadap minat mahasiswa Perbankan Syariah.

### **2.8.2 Pengaruh motivasi terhadap minat mahasiswa menjadi *marketing***

Penelitian yang dilakukan oleh Ana Ismaul Khikam (2021) dengan judul “Pengaruh Motivasi Berkarir, Persepsi Terhadap Bank Syariah, dan Pengetahuan Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Bekerja di Bank Syariah” bertujuan untuk meneliti pengaruh motivasi berkarir, persepsi terhadap Bank Syariah, dan pengetahuan tentang Bank Syariah terhadap minat bekerja di Bank Syariah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi berkarir dan persepsi terhadap Bank Syariah memiliki pengaruh positif terhadap minat bekerja di Bank Syariah.

Penelitian yang dilakukan oleh Alifina Ramayanti dan Novi Khoiriawati (2023) yang berjudul “Pengaruh Motivasi, Pengetahuan dan Persepsi Terhadap Minat Berkarir Mahasiswa di Perbankan Syariah” bertujuan untuk menguji pengaruh variabel motivasi, pengetahuan dan persepsi terhadap minat berkarir mahasiswa di perbankan Syariah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel



motivasi mempengaruhi minat mahasiswa berkarir di Perbankan Syariah.

Dari kedua penelitian diatas, penulis membuat hipotesis sebagai berikut:

H<sub>1</sub> : Motivasi tidak berpengaruh terhadap minat mahasiswa Perbankan Syariah menjadi marketing di Bank Syariah.

H<sub>2</sub> : Motivasi berpengaruh terhadap minat mahasiswa Perbankan Syariah.

### **2.8.3 Pengaruh resiko terhadap minat mahasiswa menjadi *marketing***

Penelitian yang dilakukan oleh Laila dan Sihotang (2023) dengan judul “Pengaruh Inklusi Keuangan dan Literasi Keuangan Terhadap Kinerja Keuangan pada BSI Region Medan” menyebutkan bahwa persepsi resiko memiliki pengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa untuk berkarir di sektor perbankan Syariah. Resiko yang dipahami dengan baik dan dikelola secara efektif dapat meningkatkan minat mahasiswa menjadi *marketing* di bank Syariah.

Selain itu penelitian yang dilakukan oleh Maulana dan Hasnita (2020) dengan judul “Pengaruh Pengetahuan Produk dan *Word Of Mouth* Terhadap Kepultusan Nasabah Memilih Bank Syariah” menyebutkan bahwa pengetahuan produk dan resiko memainkan peran penting dalam keputusan mahasiswa untuk memilih karir di bank Syariah. Pemahaman tentang resiko membantu mahasiswa merasa lebih siap dan percaya diri dalam menjalani peran sebagai marketing di bank Syariah.

Dari kedua penelitian diatas, penulis membuat hipotesis sebagai berikut:

H<sub>1</sub> : Resiko tidak berpengaruh terhadap minat mahasiswa Perbankan Syariah menjadi marketing di Bank Syariah.

H<sub>2</sub> : Resiko berpengaruh terhadap minat mahasiswa Perbankan Syariah.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Menurut pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini: metode kuantitatif, yaitu metode yang menggunakan angka-angka untuk menguji populasi atau ukuran sampel sebelum menggunakan alat penelitian untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan, maka penelitian ini adalah penelitian kuantitatif.<sup>42</sup>

Dalam penelitian ini akan diuji teori, fakta, dan penjelasan statistik untuk menunjukkan hubungan dan pengaruh motivasi, lingkungan keluarga, dan bakat mahasiswa terhadap minat bekerja di perbankan syariah.

#### **3.2 Sumber Data**

Peneliti mengumpulkan data dari dua sumber, yaitu :

1. Peneliti memperoleh data primer untuk menjawab pertanyaan penelitian tertentu. Peneliti umumnya yang pertama mendapatkan data ini karena mereka dapat mengumpulkannya segera selama pekerjaan mereka. Sumber data primer dalam penelitian ini adalah kuesioner yang diisi oleh mahasiswa Perbankan Syariah UIN Walisongo Semarang.
2. Data sekunder didapat dari data yang dikumpulkan oleh pihak ketiga. Buku, dokumen, jurnal, dan barang-barang lainnya, baik diterbitkan maupun tidak, merupakan contoh data sekunder.<sup>43</sup>

#### **3.3 Metode Pengumpulan Data**

Peneliti menggunakan ilmu pengetahuan dan teknologi untuk mengumpulkan data secara sistematis sebagai pendekatan pengumpulan data.

---

<sup>42</sup> Sugiyono, Metode Penelitian Pendidikan : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, Bandung : Alfabeta, 2014, hlm. 8

<sup>43</sup> Istijanto. Aplikasi..., hlm. 38

Data adalah metode yang digunakan untuk mengumpulkan informasi dalam penelitian ini. Data kasar adalah setiap informasi yang telah dikumpulkan langsung dari responden atau subjek, atau dari orang lain yang memiliki hubungan dengan subjek tertentu. Dimungkinkan untuk menerima data langsung dari peneliti atau langsung dari lapangan. Penelitian ini menggunakan mahasiswa S1 Perbankan Syariah tahun 2019-2021 sebagai subjek penelitian untuk memperoleh data awal melalui penyebaran kuesioner. Sumber data utama penelitian yaitu :

### **3.3.1 Data Primer**

Kuesioner digunakan untuk mengumpulkan data dari responden. Kuesioner menanyakan serangkaian pertanyaan tertulis, yang dijawab oleh responden secara tertulis, untuk mengumpulkan informasi. Kuesioner tertutup digunakan dalam penelitian ini karena tidak memiliki pertanyaan terbuka, dan kuesioner didistribusikan dan dijawab oleh responden

### **3.3.2 Data Sekunder**

Data sekunder adalah jurnal, buku, artikel, majalah, atau sumber lain yang telah digunakan untuk mengumpulkan bahan sumber primer.

## **3.4 Populasi dan Sampel**

### **3.4.1 Populasi**

Individu, benda, hewan, dan spesies lain yang menarik di lokasi tertentu membentuk populasi.<sup>44</sup> Sebagai langkah selanjutnya, peneliti akan mencari kelompok jurusan perbankan syariah di UIN Walisongo Semarang untuk diajak bekerja sama. Secara khusus peneliti tertarik untuk mempelajari tentang alasan mahasiswa S1 Perbankan Syariah angkatan 2019-2021 memilih produk perbankan syariah. Barang-barang perbankan telah diajarkan kepada siswa, dan mereka mahir bekerja dalam

---

<sup>44</sup> Suharyadi Purwanto S.K. Statistika Untuk Ekonomi & Keuangan Modern, Buku 2, Jakarta: Salemba Empat 2004, hlm. 323.

kelompok. Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Syariah UIN Walisongo Semarang menjadi nasabah pada penelitian ini.

**Tabel 3. 1 Jumlah Mahasiswa S1 Perbankan Syariah**

No.	Angkatan	Jumlah (Mahasiswa)
1	2019	168
2	2020	93
3	2021	158
<b>Total</b>		419

### 3.4.1 Sampel

Ketika melakukan penelitian, peneliti memilih sebagian kecil dari populasi untuk dijadikan subjek penelitian.<sup>45</sup> Dapat dikatakan bahwa karena penelitian ini menggunakan teknik random sampling, setiap orang dalam populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai partisipan dalam penelitian. Pengambilan sampel acak adalah metode lain yang digunakan dalam penelitian ini, dan ini adalah bentuk pengambilan sampel paling sederhana di mana setiap orang dalam populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih kembali.<sup>46</sup>

Jumlah mahasiswa S1 Perbankan Syariah angkatan 2019-2021 kurang lebih 419 orang, maka dalam menentukan sampel penelitian menggunakan rumus Slovin dengan  $e = 10\%$  (0,1) sebagai berikut :

---

<sup>45</sup> Jonathan Sarwono, Metode Riset Skripsi Pendekatan Kuantitatif, Jakarta : PT Elex Media Komputindo, hlm. 18.

<sup>46</sup> Suryani dan Hendryadi, Metode Riset Kuantitatif Teori dan Aplikasi, Jakarta : Prenadamedia Group, 2015, hlm. 192.

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

Keterangan :

n : Jumlah sampel yang dicari

N : Jumlah total populasi

e : Batas kesalahan yang diperbolehkan atau taraf nyata (1%, 5%, dan 10%).

$$n = \frac{419}{1+419(0.1^2)} = \frac{419}{1+4,19} = \frac{419}{5,19} = 80,7$$

Sehingga, berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan rumus Sloven maka ditentukan besar minimum sampel untuk penelitian ini yaitu 80 mahasiswa. Dan penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 100 Mahasiswa. Maka ciri-ciri sampel penelitian ini adalah :

1. Mahasiswa aktif UIN Walisongo Semarang Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
2. Mahasiswa Program Studi S1 Perbankan Syariah Angkatan 2019-2021.

### 3.5 Variabel Penelitian dan Pengukurannya

Ada dua kategori variabel independen dalam penelitian ini: kualitas layanan dan kedalaman pemahaman tentang keuangan syariah. Keputusan menggunakan produk perbankan syariah merupakan variabel terikat.

Dalam hal ini kuesioner skala Likert dikirimkan kepada peserta. Tanggapan seseorang terhadap suatu pernyataan dapat dinyatakan dengan menggunakan skala likert, yaitu suatu pernyataan yang terstruktur. Statistik ini didasarkan pada premis bahwa semua jawaban memiliki jumlah bobot yang

sama.<sup>47</sup> Bobot skor untuk skala penelitian ini meliputi lima pilihan jawaban sebagai berikut :

**Tabel 3. 2 Pedoman Pemberian Skor**

No.	Pernyataan	Skor
1.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1
2.	Tidak Setuju (TS)	2
3.	Netral (N)	3
4.	Setuju	4
5.	Sangat Setuju	5

**Tabel 3. 3 Definisi Operasional, Indikator dan Skala Pengukuran Variabel**

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala Pengukuran
Persepsi (X1)	tanggapan (penerimaan) langsung dari sesuatu. Proses seseorang mengetahui beberapa hal melalui panca inderanya.	1) Penyerapan terhadap rangsang atau objek dari luar individu 2) Pengertian atau pemahaman 3) Penilaian atau evaluasi	Diukur menggunakan kuesioner dengan skala Likert

<sup>47</sup> Priyono, Metode Penelitian Kuantitatif. Surabaya : Zifatama Publishing 2008, hlm. 96.

<p>Motivasi (X2)</p>	<p>keinginan untuk melakukan sesuatu dan menentukan kemampuan bertindak untuk memuaskan kebutuhan individu. Suatu kebutuhan berarti suatu kekurangan secara fisik atau psikologis yang membuat keluaran tertentu terlihat menarik</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Kebutuhan Fisik</li> <li>2) Kebutuhan rasa aman dan keselamatan</li> <li>3) Kebutuhan sosiasl</li> <li>4) Kebutuhan akan penghargaan</li> </ol>	<p>Diukur menggunakan kuesioner dengan skala Likert</p>
<p>Resiko (X3)</p>	<p>bentuk keadaan ketidakpastian tentang suatu keadaan yang akan terjadi nantinya (future) dengan keputusan yang diambil berdasarkan berbagai pertimbangan pada saat ini.</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Transaksi tidak beresiko</li> <li>2) Keputusan dalam melakukan transaksi mutlak benar</li> <li>3) Menguntungkan dalam hal biaya dan waktu</li> </ol>	<p>Diukur menggunakan kuesioner dengan skala Likert</p>

	Resiko muncul karena adanya ketidakpastian		
Minat Menjadi <i>Marketing</i> (Y)	sebuah kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu, gairah, atau keinginan	1) Memiliki kemauan 2) Perasaan senang dan ketertarikan 3) Memiliki perhatian 4) Memiliki kesadaran 5) Konsentrasi	

### 3.6 Teknik Analisis Data

Untuk mendukung kesimpulan, data yang terkumpul diperiksa dengan perangkat lunak statistik (yaitu aplikasi SPSS versi 23). Data penelitian dianalisis menggunakan prosedur ini :

#### 3.6.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah kuesioner tersebut reliabel atau tidak. Ketika jawaban atas pertanyaan survei dibandingkan dengan hasil survei, kami mengatakan bahwa survei tersebut valid.

Kuesioner yang sah akan memiliki nilai item total corelation > r tabel setelah uji validitas selesai. Jika nilai ini lebih tinggi, maka kuesioner tersebut dinyatakan valid. Berikut adalah rumus untuk menentukan sah atau tidaknya didapat dari:

$$r_{xy} = \frac{n(\sum xi yi) - (\sum xi)(\sum yi)}{\sqrt{n(\sum xi^2) - (xi^2)n(\sum yi^2) - (yi^2)}}$$

**Keterangan :**

- $r_{xy}$  : Koefisien korelasi
- $n$  : Jumlah responden
- $xi$  : Skor tiap item pada instrumen



$y_i$  : Skor tiap item pada kriteria

### 3.6.2 Uji Reabilitas

Sebagai variabel indikator, angket diuji reliabilitasnya. Jika respons seseorang terhadap suatu pernyataan konsisten setiap saat, kuesioner dianggap dapat diandalkan.<sup>48</sup>

*Cronbach's Alpha* merupakan uji statistik untuk mengukur reliabilitas variabel, dan digunakan dalam penelitian ini jika hasilnya lebih dari atau sama dengan 6,00 dengan rumus :

$$r = \frac{N}{(N-1)} \left( 1 - \frac{\sum ab^2}{at^2} \right)$$

**Keterangan :**

**r** : Koefisien reliabilitas instrumen

(*Cronbach's Alpha*)

**N** : Banyaknya pertanyaan

$\sum ab^2$  : Total varians pertanyaan

**t** : Total varians

### 3.6.3 Uji Asumsi Klasik

Validitas suatu model statistik dapat dievaluasi dengan menggunakan pengujian hipotesis klasik. Di antara uji yang digunakan yaitu uji normalitas, multikolinearitas dan heteroskedastisitas.

#### a. Uji Normalitas

Analisis data sangat bergantung pada uji normalitas, yang menentukan apakah model regresi untuk setiap variabel individu mengikuti distribusi berbentuk

---

<sup>48</sup> Imam Ghozali. Aplikasi..., hlm. 45.

lonceng. Uji t dan F menganggap bahwa nilai sisa terdistribusi secara teratur, yang tidak demikian dalam praktiknya. Analisis grafik dan uji statistik dapat digunakan untuk menentukan apakah nilai residual terdistribusi normal jika variabel tidak terdistribusi normal. Model regresi baik karena sebaran datanya normal atau mendekati normal.<sup>49</sup>

Uji statistik Kolmogorov-Smirnov (K-S) nonparametrik dapat digunakan untuk memeriksa normalitas. Yaitu :

$H_0$  : Data berdistribusi normal

$H_1$  : Data tidak berdistribusi normal

#### **b. Uji Multikolinearitas**

Salah satu cara untuk menguji multikolinearitas adalah dengan mencari hubungan linier antara dua variabel atau lebih yang tidak saling eksklusif. Variabel independen dengan korelasi nol adalah variabel independen ortogonal.<sup>50</sup> Seperti yang dikemukakan oleh Henke, faktor inflasi varians (VIF) dapat digunakan untuk mengukur kekuatan multikolinearitas, dan rumusnya dapat ditulis sebagai berikut :

$$VIF_j = \frac{1}{1 - R_j^2}$$

Regresi antara variabel bebas j dan variabel bebas lainnya k – 1 menghasilkan  $R_j^2$  ini sebagai koefisien determinasi. Dalam hal k sama dengan dua variabel bebas, koefisien korelasi dilambangkan dengan  $r_{2j}$  (r).

---

<sup>49</sup> Ansofino, Jolianis dkk, Buku Ajar Ekonometrika, Yogyakarta : Deepublish, 2016, hlm. 22.

<sup>50</sup> Rasidin Karo Sitepu dan Bonar M. Sinaga. Aplikasi Model Ekonometrika Estimasi, Simulasi dan Peramalan Menggunakan Program SAS 9.2, Bogor : IPB Press, 2018, hlm. 120.

### c. Uji Heteroskedastisitas

Dalam model regresi heteroskedastisitas, perbedaan varians residual antar observasi diuji. Tes glejser dapat digunakan untuk mencapai ini. Dengan meregresi nilai absolut residual pada variabel independen, uji Glejser dapat dilakukan :

$$U_t = \alpha + \beta X_t + V_t$$

Penelitian dapat dilakukan tanpa adanya masalah heteroskedastisitas ketika nilai signifikansi lebih besar atau sama dengan 0,05.<sup>51</sup>

### 3.6.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Sebagai bagian dari analisis regresi dasar menggunakan aplikasi SPSS, analisis regresi linier berganda mempunyai hubungan linier antara dua atau lebih variabel independen (X) dan variabel dependen (Y).<sup>52</sup> Pengetahuan keuangan syariah dan kualitas layanan telah terbukti menjadi variabel independen dalam penelitian ini (independen). Pada saat yang sama, produk perbankan syariah digunakan sebagai faktor penentu dalam pengambilan keputusan dan didapatkan persamaan :

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

Keterangan:

Y : Minat menjadi *marketing* di Bank Syariah

X1 : Persepsi

X2 : Motivasi

---

<sup>51</sup> Husein Umar, Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis, Jakarta: Rajawali, 2013, hlm. 96.

<sup>52</sup> Nia Sari dan Ratna Wardani. Pengolahan dan Analisa Data Statistika dengan SPSS. Yogyakarta : Deepublish, 2015, hlm. 70.

X3: Resiko

$\alpha$  : Koefisien Konstanta

$\beta_1, \beta_2, \beta_3$  : Koefisien Regresi

e : error

### 3.6.5 Uji Koefisien Determinasi $R^2$

Kemampuan model untuk menjelaskan perubahan variabel dependen diuji dengan koefisien determinasi,  $R^2$ . Koefisien korelasi berkisar dari 0 hingga 1. Tidak ada variabel independen yang dapat menjelaskan variabel lain jika nilai R-kuadratnya terlalu kecil. Setiap variabel bebas menjelaskan semua informasi yang diperlukan untuk memprediksi variabel terikat dengan nilai mendekati 1.<sup>53</sup>

$$R^2 = r^2 \times 100\%$$

**Keterangan :**

**$R^2$  : Koefisien Determinasi**

**$r^2$  : Koefisien Korelasi.**

### 3.6.6 Uji Pengaruh Stimulan (F)

Analisis varians (ANOVA) meliputi analisis regresi, yang meliputi f-statistik dan nilai-p. Berbeda dengan uji-t, yang menguji apakah koefisien regresi parsial signifikan secara statistik pada signifikansi nol. Jika  $b_1, b_2,$  dan  $b_3$  semuanya sama dengan 0, maka uji-F menolak hipotesis bahwa semuanya sama dengan 0.

---

<sup>53</sup> Imam Ghozali. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25. Semarang : Universitas Diponegoro, 2018, hlm. 98.

$$H_0 : b_1 = b_2 = \dots = b_k = 0$$

$$H_1 : b_1 \neq b_2 = \dots \neq b_k \neq 0$$

Dalam uji hipotesis ini, apakah Y terhubung linier atau tidak dengan X (1), X (2), atau keduanya, garis regresi yang diamati dan diestimasi dievaluasi untuk signifikansi keseluruhan. Sebuah hipotesis bersama dapat diperiksa hanya dengan menggunakan signifikansi  $b_1$  dan  $b_2$ .

### 3.6.7 Uji Parsial (*t-test*)

Dimungkinkan untuk menentukan apakah variabel independen memiliki dampak positif atau negatif terhadap variabel dependen dengan melakukan uji *t* parsial pada koefisien regresinya.<sup>54</sup>

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

**Keterangan :**

**t** : nilai *t* hitung

**r** : koefisien korelasi

**n** : jumlah responden

---

<sup>54</sup> Algifari, Statistika Induktif Edisi 3, Yogyakarta : STIM YKPN, 2016, hlm. 255.

## **BAB IV**

### **ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Deskripsi Objek Penelitian**

##### **4.1.1 Profil Prodi S1 Perbankan Syariah**

Institut Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang merupakan program studi Perbankan Syariah Mempelajari perbankan di bawah sistem syariah adalah fokus dari upaya studi ini.

##### **4.1.2 Visi dan Misi Prodi S1 Perbankan Syariah**

###### **Visi**

“Terdepan dalam menghasilkan Sarjana dalam bidang perbankan syariah dan lembaga keuangan syariah yang kompeten dan berakhlak Islami berbasis pada kesatuan ilmu untuk kemanusiaan dan peradaban tahun 2038”.

###### **Misi**

1. Menyelenggarakan Pendidikan dan pengajaran di bidang perbankan syariah dan Lembaga syariah yang progresif responsive terhadap kebutuhan.
2. Menyelenggarakan penelitian dan pengalaman ilmu perbankan dan keuangan syariah melalui pendekatan *unity of science* yang mampu menjawab problematika ekonomi di masyarakat.
3. Menyelenggarakan rekayasa sosial dan pengabdian masyarakat di bidang Lembaga keuangan dan perbankan syariah.
4. Menggali, mengembangkan dan menerapkan nilai-nilai kearifan lokal bidang Lembaga dan perbankan syariah.
5. Menyelenggarakan Kerjasama dengan berbagai Lembaga dalam skala regional, nasional dan internasional di bidang Pendidikan, penelitian, pengabdian masyarakat dan pengembangan sumber daya.
6. Menyelenggarakan tata pengelolaan kelembagaan professional berstandar internasional.

## **Tujuan**

1. Melahirkan lulusan yang memiliki kapasitas akademik dan professional bidang ekonomi dan bisnis islam dengan keluhuran budi yang mampu menerapkan dan mengembangkan kesatuan ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang perbankan syariah.
2. Mengembangkan riset dan pengabdian kepada masyarakat bidang ekonomi, ilmu perbankan dan Lembaga keuangan serta bisnis islam yang kontributif bagi bagi peningkatan kualitas kehidupan masyarakat dalam beragama, berbangsa dan bernegara dan mampu menjawab problematika ekonomi di masyarakat.
3. Berkontribusi dalam membangun dan memberdayakan ekonomi masyarakat berbasis nilai-nilai islam di bidang ekonomi dan bisnis khususnya Lembaga keuangan dan Perbankan.
4. Berperan dalam melestarikan dan mengembangkan nilai-nilai luhur budaya ekonomi bangsa sebagai manifestasi integrasi islam dalam kearifan local dalam berekonomi.
5. Terbangunnya jaringan di Lembaga keuangan dan perbankan syariah, pemerintah dan masyarakat.
6. Terwujudnya tata Kelola kelembagaan khususnya program studi yang maju, berkualitas dan berdaya saing internasional.

## **4.2 Deskriptif Data Penelitian dan Karakteristik Responden**

### **4.2.1 Deskriptif Data Penelitian**

Penelitian ini menggunakan Teknik purposive sampling data, data yang akan dikumpulkan peneliti dilakukan secara langsung dan menggunakan kuesioner kepada responden yang telah dipilih yaitu mahasiswa S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.

Penyebaran kuesioner dilakukan dari tanggal 23 Januari 2024 hingga 06 Februari 2024. Dalam pelaksanaannya dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden secara tidak langsung dengan

menggunakan *google form* kuesioner. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah berjumlah 100 responden. Hasil data yang didapatkan kemudian akan diolah dengan menggunakan program analisis SPSS.

#### 4.2.2 Karakteristik Responden

Peneliti dapat menggunakan data profil responden untuk lebih memahami temuan penelitian dengan menggambarkan kondisi responden. Nama responden, jenis kelamin, dan kelas murid merupakan beberapa karakteristik responden dalam penelitian ini.

##### a. Jenis Kelamin

**Tabel 4. 1 Karakteristik Respon Berdasarkan Jenis Kelamin**

<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persen</b>	<b>Valid Persen</b>
Laki-laki	20	20%	20%
Perempuan	80	80%	80%
Total	100	100%	100%

Dari tabel diatas menggambarkan responden berjenis kelamin laki-laki berjumlah 20 orang (20%), sedangkan responden berjenis kelamin perempuan 80 orang (80%). Dari tabel tersebut jenis kelamin responden terbanyak adalah perempuan.

##### b. Angkatan

**Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan**

<b>Angkatan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persen</b>	<b>Valid persen</b>
2019	22	22%	22%
2020	37	37%	37%



2021	41	41%	41%
Total	100	100%	100%

*Sumber: Data Primer yang diolah, 2024*

Dari tabel menunjukkan bahwasanya objek penelitian berdasarkan Angkatan S1 Perbankan Syariah. Dari tabel tersebut menunjukkan bahwasanya angkatan 2019 berjumlah 22 responden dengan persentase 22%, selanjutnya mahasiswa angkatan 2020 berjumlah 37 responden dengan persentase 37% dan mahasiswa angkatan 2021 berjumlah 41 responden dengan persentase 41%.

### 4.3 Uji Instrumen

#### 4.3.1 Uji Validitas

Tujuan pengujian validitas kuesioner adalah untuk memverifikasi validitas kuesioner. Validitas kuesioner ditentukan oleh apakah kuesioner itu benar-benar menangkap data yang dirancang untuk ditangkap. Kriteria pertanyaan valid jika nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$ . Penelitian dilakukan dengan menggunakan SPSS dan dibuat dengan menentukan derajat kebebasan sebelum melakukan percobaan.

Derajat kebebasan dalam penelitian ini adalah  $df = n - 2$  Misalkan  $n$  (jumlah responden) adalah 100 dan  $\alpha$ nya adalah 0,05 (5%), maka  $df$ nya adalah  $100 - 2 = 98$  dan  $r_{tabel}$ nya 0,1638. Berikut kesimpulan yang dapat diambil dari data setelah dilakukan pengolahan SPSS:

**Tabel 4. 3 Hasil Uji Validitas**

Variabel	Item Pertanyaan	Pearson Corelatian ( $R_{hitung}$ )	$R_{tabel}$	Keterangan
	X1.1	0,724	0,1638	Valid
	X1.2	0,713	0,1638	Valid

Persepsi	X1.3	0,720	0,1638	Valid
	X1.4	0,739	0,1638	Valid
	X1.5	0794	0,1638	Valid
Motivasi	X2.1	0,792	0,1638	Valid
	X2.2	0,824	0,1638	Valid
	X2.3	0,728	0,1638	Valid
	X2.4	0,663	0,1638	Valid
	X2.5	0,659	0,1638	Valid
Resiko	X3.1	0,832	0,1638	Valid
	X3.2	0,847	0,1638	Valid
	X3.3	0,870	0,1638	Valid
	X3.4	0,737	0,1638	Valid
	X3.5	0,653	0,1638	Valid
Minat	Y.1	0,714	0,1638	Valid
	Y.2	0,701	0,1638	Valid
	Y.3	0,719	0,1638	Valid
	Y.4	0,791	0,1638	Valid
	Y.5	0,765	0,1638	Valid

*Sumber: Data Primer diolah 2024*

Perhitungan berdasarkan tabel menunjukkan bahwa syarat minimal yaitu  $R_{hitung} >$  dari  $R_{tabel} = 0,1638$ , dapat tercapai agar kuesioner valid. Kesimpulannya, semua pertanyaan dalam kuesioner dianggap **valid**.

#### 4.3.2 Uji Reliabilitas

Tujuan dari uji reliabilitas adalah untuk menilai konsistensi jawaban setiap responden saat menjawab pertanyaan pertanyaan pada setiap variabel. Dalam penelitian ini, uji statistik Koefisien Alpha Cronbach ( $\alpha$ ) lebih besar dari 0,60. Tabel berikut menampilkan hasil perhitungan uji reliabilitas:

**Tabel 4. 4 Hasil Uji Reliabilitas**

<i>Reability Statistic</i>				
Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Critical Value</i>	<i>N of Item</i>	Keterangan
Persepsi (X1)	0,790	0,60	5	<i>Reliabel</i>
Motivasi (X2)	0,785	0,60	5	<i>Reliabel</i>
Resiko (X3)	0,846	0,60	5	<i>Reliabel</i>
Minat (Y)	0,790	0,60	5	<i>Reliabel</i>

*Sumber:* Data Primer diolah 2024

Berdasarkan tabel dapat disimpulkan bahwa semua item kuesioner reliabel karena syarat minimum *Cronbach Alpha coefficient* ( $\alpha$ ) lebih dari

0,60 dapat terpenuhi. Variable X1 memiliki nilai *Cronbach Alpha coefficient* ( $\alpha$ ) sebesar 0,790. Variabel X2 memiliki nilai *Cronbach Alpha coefficient* ( $\alpha$ ) 0,785. Variable X3 memiliki nilai *Cronbach Alpha coefficient* ( $\alpha$ ) 0,846. Dan variabel Y memiliki nilai *Cronbach Alpha coefficient* ( $\alpha$ ) 0,790. Semua variabel memiliki nilai *Cronbach Alpha coefficient* ( $\alpha$ ) lebih dari 0,60 sehingga dapat dikatakan semua variabel dalam penelitian ini **reliabel**.

#### 4.3.3 Uji Asumsi Klasik

Dalam penelitian ini, pengujian hipotesis klasik dilakukan untuk memahami keadaan data yang ada untuk memilih model analisis yang paling tepat. Uji hipotesis tradisional dalam penelitian ini digunakan untuk mengevaluasi normalitas statistik data, khususnya uji satu arah Kolmogorov Smirnov, uji multikolinearitas menggunakan variance inflation factor (VIF), dan uji heteroskedastisitas menggunakan uji Glejser. Uji autokorelasi tidak dilakukan karena data silang. Uji asumsi klasik terdiri dari:

##### a. Uji Normalitas

Tujuan dari normalitas adalah untuk menilai apakah nilai-nilai residual terdistribusi secara teratur dalam distribusi data. Pada penelitian ini, uji normalitas menggunakan uji normal P-P plot dan uji Kolmogorov-Smirnov. Data Kolmogorov-Smirnov termasuk dalam kategori normal jika nilai signifikasinya  $> 0,05$ . Berikut adalah hasil dari scatterplot dan uji Kolmogorov-Smirnov:

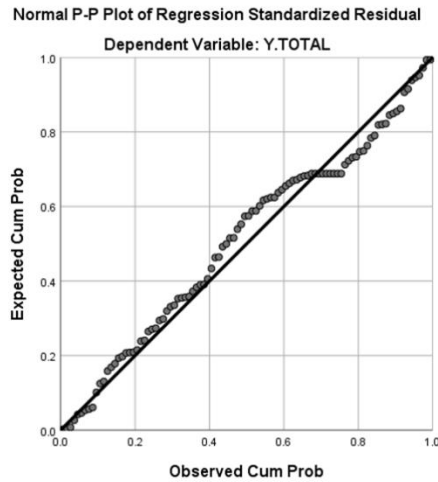
**Tabel 4. 5 Hasil Uji Normalitas Teknik Kolomogorov-Smirnov**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	
	Unstandardized Residual

N		100
Norma l Param eters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.22011582
Most Extre me Differe nces	Absolute	.085
	Positive	.069
	Negative	-.085
Test Statistic		.085
Asymp. Sig. (2-tailed)		.073 <sup>c</sup>
a. Test distribution is Normal.		

Tujuan dari uji normalitas adalah untuk menilai apakah nilai-nilai residual terdistribusi secara teratur dalam distribusi data. Pada penelitian ini, uji normalitas menggunakan uji normal menggunakan uji normal P-P plot dan uji Kolmogorov-Smirnov. Data Kolmogorov-Smirnov termasuk dalam kategori normal jika nilai signifikasinya > 0,05. Berikut adalah hasil dari scatterplot dan uji Kolmogorov-Smirnov.

**Grafik 4. 1 Hasil Uji Normal P-P Plot**



*Sumber: Data Primer diolah 2024*

Dasar pengambilan keputusan uji P-P Plot Of regressions standardized residual adalah model regresi memenuhi uji hipotesis normalitas jika data tersebar di sekitar diagonal dan mengikuti arah diagonal. Dari grafik di atas, data tersebar di diagonal.

#### **b. Uji Multikolinearitas**

Variabel independent dalam model regresi yang layak tidak boleh dikorelasikan. Indikator uji multikolinearitas meliputi nilai VIF dan nilai toleransi. Tidak ada variabel independen untuk menjelaskan nilai toleransi, yang mengukur variabel yang dipilih. Hal ini menunjukkan bahwa semakin rendah nilai toleransi akan menghasilkan Value Interference Factor (VIF) yang lebih besar. Menurut uji dalam penelitian model regresi ini, tidak ada hubungan antara Tolerance  $> 0.10$  dan Variance Inflation Factor (VIF)  $> 10$ , maka nilai ini digunakan untuk menentukan kedua nilai tersebut: Tolerance dan VIF. Terdapat korelasi jika lebih kecil atau sama dengan 10 dan Variance Inflation Factor (VIF) lebih besar atau sama dengan 10. Hasil uji multikolinearitas adalah sebagai berikut:

**Tabel 4. 6 Hasil Uji Multikolinieritas**

Coefficients <sup>a</sup>			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	X1.TOTAL	.643	1.555
	X2.TOTAL	.714	1.401
	X3.TOTAL	.664	1.505

a. Dependent Variable: Y.TOTAL

*Sumber: Data Primer diolah, 2024*

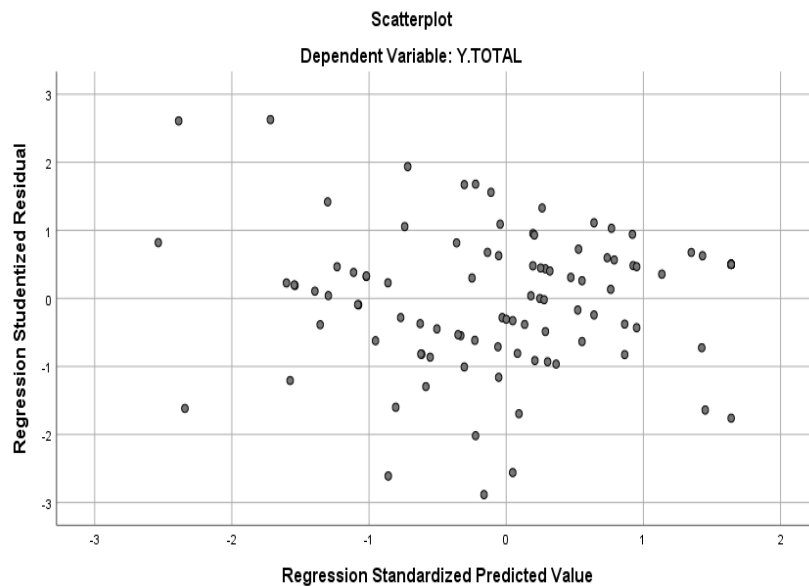
Berdasarkan hasil uji multikolinieritas di atas, dapat dilihat bahwa nilai *tolerance* dan nilai VIF pada variabel persepsi menunjukkan angka 0,643 dan nilai Vif sebesar 1.555. Variabel motivasi menunjukkan nilai *tolerance* sebesar 0,714 dan VIF sebesar 1.401. Dan variabel resiko menunjukkan nilai 0,664 dan nilai VIF sebesar 1.505. Semua variabel independent yang digunakan dalam penelitian ini memiliki nilai *tolerance* > 0,10 dan nilai VIF < 10, sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa ketiga variabel independent dalam penelitian ini bebas gejala multikolinieritas.

**c. Uji Heteroskedastisitas**

Model regresi diuji untuk heteroskedastisitas dengan membandingkan varian dari nilai residual dengan pengamatan lainnya. Tidak boleh terjadi heteroskedastisitas atau varian yang sama dalam model regresi yang baik (homoskedastisitas). Regresi variabel bebas dalam persamaan regresi dengan nilai residual sebagai variabel terikat digunakan untuk menguji heteroskedastisitas dalam penelitian ini. Ini adalah tanda heteroskedastisitas dalam data kami ketika Sig. Variabel independent penelitian < 0,05. Jika variabel bebas yang

dihasilkan, yakni  $\text{sig} > 0,05$ , maka data yang digunakan dalam analisis bebas dari gejala heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas memberikan hasil sebagai berikut:

**Grafik 4. 2 Hasil Uji Scatter Plot**



Dari Gambar terlihat jelas bahwa tidak terdapat pola atau distribusi pada titik-titik yang ada, sehingga dapat dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas pada data. Ujian Glesjer dapat memberikan informasi lebih lanjut. Variabel bebas diregresi menggunakan nilai residual absolut. Jika variabel independent memiliki pengaruh yang signifikan secara statistik terhadap variabel dependen, diindikasikan heteroskedastisitas. Dasar pemilihan Heteroskedastisitas dimungkinkan jika nilai signifikasikan  $< 0,05$ , tetapi tidak jika nilai signifikasinya lebih dari  $0,05$ . Tabel di bawah ini menunjukkan hasil uji Glejser untuk heteroskedastisitas.

**Tabel 4. 7 Hasil Uji Glejser**

Coefficients <sup>a</sup>				
Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	T	Sig.



		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.770	1.193		3.160	.002
	X1.TOTAL	.038	.061	.074	.616	.539
	X2.TOTAL	-.185	.055	-.383	-	.196
	X3.TOTAL	.053	.041	.151	1.277	.205

a. Dependent Variable: ABRESID

Dari hasil uji Glejser dalam tabel pengambilan keputusan uji heteroskedastisitas dilihat berdasarkan nilai Sig. Tiap variabel independen. Variabel persepsi memiliki nilai Sig sebesar  $0,539 > 0,05$  tandanya tidak terjadi heteroskedastisitas. Variabel motivasi mempunyai  $0,196 > 0,05$  tandanya tidak terjadi heteroskedastisitas. Dan variabel resiko memiliki nilai Sig  $0,205 > 0,05$  yang artinya tidak terjadi heteroskedastisitas pada variabel ini.

Nilai sig untuk ketiga variabel  $> 0,05$  dalam penelitian ini. Variabel bebas penelitian ini tidak memiliki tanda-tanda heteroskedastisitas karena memenuhi kriteria nilai Sig  $> 0,05$ .

#### 4.3.4 Hasil Uji regresi Linier Berganda

Dalam rangka untuk mengetahui penaruh langsung secara parsial atau Bersama-sama dari setiap variabel persepsi, motivasi dan resiko terhadap minat mahasiswa menjadi *marketing* di bank Syariah, dengan menggunakan alat bantu SPSS diperoleh perhitungan pada tabel berikut:

**Tabel 4. 8 Hasil Uji Regresi Linier Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		

1	(Constant)	10.391	2.021		5.142	.000
	X1.TOTAL	.146	.104	.152	1.402	.164
	X2.TOTAL	.284	.093	.314	3.042	.003
	X3.TOTAL	.111	.070	.169	1.583	.117
a. Dependent Variable: Y.TOTAL						

Pada tabel maka bias diketahui bahwa persamaan regresi yang terbentuk sebagai berikut:

$$Y = 10.391 + 0,146 X_1 + 0,284 X_2 + 0,111 X_3$$

Berdasarkan persamaan regresi tersebut dapat di jelaskan bahwa:

a. Konstanta ( $\alpha$ )

Nilai konstanta pada regresi 10.391 bernilai positif, yang memiliki arti bahwa apabila variabel Persepsi Motivasi dan Resiko ( $X_1$ ,  $X_2$ , dan  $X_3$  bernilai 0), maka nilai variabel pada Minat Mahasiswa Menjadi *Marketing* Di Bank Syariah senilai 10.291.

b. Koefisien  $X_1$  (Persepsi)

Koefisien regresi dalam variabel persepsi senilai 0,146 yang artinya jika variabel persepsi ditingkatkan, dalam hal ini persepsi mahasiswa mengenai persepsi yang dilakukan oleh mahasiswa perbankan syariah UIN Walisongo dengan penerapan terhadap rangsang atau objek dari luar individu, pemahaman, serta evaluasi ditambah maka minat mahasiswa akan mengalami peningkatan sebesar 14,6%.

c. Koefisien  $X_2$  (Motivasi)

Koefisien regresi dalam variabel motivasi 0,284 yang artinya jika variabel motivasi ditingkatkan, dalam hal ini motivasi mahasiswa mengenai motivasi yang dilakukan oleh mahasiswa perbankan syariah UIN Walisongo dengan kebutuhan fisik, kebutuhan rasa aman dan keselamatan dengan kebutuhan sosial serta kebutuhan akan penghargaan maka minat mahasiswa akan mengalami peningkatan sebesar 28,4%.

d. Koefisien  $X_3$  (Resiko)

Koefisien regresi dalam variabel resiko senilai 0,111 yang jika variabel resiko ditingkatkan, dalam hal ini resiko mahasiswa mengenai resiko yang dilakukan oleh Mahasiswa perbankan syariah UIN Walisongo dengan transaksi tidak beresiko, keputusan melakukan transaksi, serta mengutugkan dalam hal biaya dan waktu maka minat mahasiswa akan mengalami peningkatan sebesar 11,1%.

#### 4.4 Uji Hipotesis

##### 4.4.1 Uji Koefisien Regresi Parsial (Uji t)

Uji koefisien regresi parsial (Uji t) digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Uji t ini merupakan bahan pertimbangan apakah suatu hipotesis penelitian akan diterima atau ditolak. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh antar variabel penelitian, berikut kriteria pengujiannya:

1. Apabila nilai signifikansi  $\leq 0,05$  atau  $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ ,  
Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependennya.
2. Apabila nilai signifikansi  $\geq 0,05$  atau  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ ,  
Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependennya.

Diketahui  $t_{tabel}$  untuk  $df = n-k-1$ , dimana  $n$  adalah jumlah data dan  $k$  adalah jumlah variabel bebas. Jadi  $df = 100 - 3 - 1 = 96$  dan tingkat signifikansi 0,05, maka diperoleh nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,98498.

**Tabel 4. 9 Hasil Uji Koefisien Regresi Parsial (Uji t)**

Coefficients <sup>a</sup>				
Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.

		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.391	2.021		5.142	.000
	X1.TOTAL	.146	.104	.152	1.402	.164
	X2.TOTAL	.284	.093	.314	3.042	.003
	X3.TOTAL	.111	.070	.169	1.583	.117
a. Dependent Variable: Y.TOTAL						

Berdasarkan tabel maka bisa dilakukan pengujian hipotesis untuk setiap variabel independen sebagai berikut:

a. Pengujian terhadap variabel Persepsi

Angka signifikan yang dimiliki variable Persepsi sebesar 0,164. Dan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 1,402, sedangkan  $t_{tabel}$  1,98498. Sehingga nilai  $t_{hitung}$   $1.402 < t_{tabel}$  1,98498 dengan tingkat signifikan  $0,164 > 0,05$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa persepsi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa Perbankan Syariah menjadi *marketing* di bank syariah.

b. Pengujian terhadap variabel Motivasi

Angka signifikan yang dimiliki variabel Motivasi sebesar 0,003. Dan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3,042 sedangkan  $t_{tabel}$  1,98498. Sehingga nilai  $t_{hitung}$   $3,042 > t_{tabel}$  1,98498 dengan tingkat signifikan  $0,003 < 0,05$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel motivasi berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa Perbankan Syariah menjadi *marketing* di bank syariah.

c. Pengujian terhadap variable Resiko

Angka signifikan yang dimiliki variabel media promosi sebesar 0,117. Dan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 1.583 sedangkan  $t_{tabel}$  1,98498. Sehingga nilai  $t_{hitung}$   $1.583 < t_{tabel}$  1,98498 dengan tingkat signifikan  $0,117 < 0,05$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa resiko tidak

berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa Perbankan Syariah menjadi *marketing* di bank syariah.

#### 4.4.2 Uji Pengaruh Simultan (Uji F)

Uji pengaruh simultan dapat digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (Persepsi, motivasi, dan resiko) secara bersama - sama atau simultan mempengaruhi variabel dependen (minat mahasiswa Perbankan Syariah menjadi *marketing* di bank syariah). Tingkat signifikansi menggunakan  $(\alpha) = 5\%$  atau 0,05. Dari uji regresi menggunakan alat bantu SPSS dapat dilihat bahwa hasil uji F sebagai berikut:

**Tabel 4. 10 Hasil Uji Simultan (Uji F)**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	182.147	3	60.716	11.945	.000 <sup>b</sup>
	Residual	487.963	96	5.083		
	Total	670.110	99			
a. Dependent Variable: Y.TOTAL						
b. Predictors: (Constant), X3.TOTAL, X2.TOTAL, X1.TOTAL						

Berdasarkan tabel 4.10 dapat di lihat nilai F senilai 11,945 > 2,7 yang artinya nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$ . Yang berarti berpengaruh secara simultan dan dengan nilai signifikansi senilai 0,000. Sehingga nilai signifikansi < 0,05 yaitu 0,000 < 0,05. Dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel Persepsi, Motivasi dan resiko secara bersama – sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa Perbankan Syariah menjadi *marketing* di bank syariah.

#### 4.4.3 Uji Koefisien Determinan (R<sup>2</sup>)

Koefisien determinasi berkisar dari nol sampai satu, dan tes ini menguji seberapa baik variabel independen menjelaskan variabel

dependen. Jika  $R^2$  mendekati 1, hal ini menunjukkan bahwa pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat semakin besar. Ketika  $R^2$  mendekati 0, variabel independen kurang mampu menjelaskan variabel dependen. Uji koefisien determinan ( $R^2$ ) menghasilkan hasil sebagai berikut:

**Tabel 4. 11 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.521 <sup>a</sup>	.483	.427	2.255
a. Predictors: (Constant), X3.TOTAL, X2.TOTAL, X1.TOTAL				
b. Dependent Variable: Y.TOTAL				

Berdasarkan tabel dapat dilihat bahwa nilai R Square (Koefisien Determinasi) yang didapat adalah 0,483. Hal ini menunjukkan besarnya persentase variabel Persepsi, Motivasi, dan Resiko dalam menjelaskan variabel dependennya yaitu minat menjadi *marketing* di bank Syariah sebesar 42,7%. Sedangkan 57,3% sisanya dijelaskan oleh sebab-sebab yang lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

## 4.5 Pembahasan dan Analisis Data

### 4.5.1 Pengaruh Persepsi terhadap Minat Mahasiswa Perbankan Syariah Menjadi *Marketing* di Bank Syariah

Bedasarkan hasil hipotesis pertama dalam penelitian ini variabel persepsi tidak memiliki pengaruh minat terhadap mahasiswa Perbankan Syariah menjadi *marketing* di bank Syariah. Karena berdasarkan uji yang sudah dilakukan pada variabel persepsi tidak memiliki pengaruh minat terhadap mahasiswa Perbankan Syariah menjadi *marketing* di bank Syariah. Hal tersebut di buktikan dari hasil uji T yang memiliki nilai

signifikan lebih besar dari 0,05 yaitu 0,164 diperoleh nilai t hitung 1,402 lebih kecil dari nilai t tabel senilai 1,98498, maka dari itu hipotesis  $H_1$  ditolak yang artinya bahwa Persepsi tidak memiliki pengaruh minat terhadap mahasiswa Perbankan Syariah menjadi *marketing* di bank Syariah. Perspsi tidak berpengaruh minat terhadap mahasiswa Perbankan Syariah menjadi *marketing* di bank Syariah. Karena mahasiswa sebagai responden tidak memandang Persepsi sebagai faktor utama dalam menentukan minat terhadap mahasiswa Perbankan Syariah menjadi *marketing* di bank Syariah. Alasan tersebut didasari penulis dari hasil isi kuesioner dari variabel Persepsi.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan jurnal penelitian oleh Rohmatul Umah, Rio Kartika Supriyatna, dan Musa Hubeis, tentang Pengaruh Persepsi Mahasiswa terhadap Minat Menabung di Bank Syariah dengan Studi Kasus nya yaitu Mahasiswa FEBI INAIS Bogor yang mengklaim bahwa persepsi berpengaruh nyata dan positif terhadap minat menabung mahasiswa di bank Syariah.

Hasil penelitian saya juga berbeda dengan hasil dari penelitian oleh Binti Mukaromah “Pengaruh Motivasi, Pengetahuan, Persepsi, Kepercayaan, dan Sikap Terhadap Minat Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dalam menggunakan *Mobile Banking Bank Syariah*”, dimana hasil penelitiannya menunjukkan bahwasannya variabel persepsi berpengaruh terhadap minat mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam dalam menggunakan mobile banking bank syariah. Dan begitu pula pada penelitian oleh Nuril Fijriah tentang “Pengaruh Persepsi Terhadap Minat Mahasiswa Menabung Di Bank Syariah” bahwa hasil penelitian tersebut mengklaim bahwa persepsi merupakan salah satu yang mempengaruhi minat menabung mahasiswa di bank syariah dengan tingkat pengaruh variabel yang tinggi/kuat, dimana terdapat pengaruh positif persepsi terhadap minat menabung mahasiswa di bank syariah. persepsi memiliki pengaruh penting terhadap minat menabung di Bank Syariah yang pada kenyataannya dalam penelitian ini faktor persepsi

sangat memiliki pengaruh yang penting pada minat menabung mahasiswa.

#### **4.5.2 Pengaruh Motivasi terhadap Minat Mahasiswa Perbankan Syariah Menjadi *Marketing* di Bank Syariah**

Berdasarkan hasil hipotesis kedua dalam penelitian ini variabel motivasi memiliki pengaruh minat terhadap mahasiswa Perbankan Syariah menjadi *marketing* di bank Syariah. Karena berdasarkan uji yang sudah dilakukan pada variabel motivasi memiliki pengaruh minat terhadap mahasiswa Perbankan Syariah menjadi *marketing* di bank Syariah. Hal tersebut di buktikan dari hasil uji T yang memiliki nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,003 diperoleh nilai t hitung 3,042 lebih besar dari nilai t tabel senilai 1,98498, maka dari itu hipotesis H<sub>2</sub> diterima yang artinya bahwa Persepsi memiliki pengaruh minat terhadap mahasiswa Perbankan Syariah menjadi *marketing* di bank Syariah. Motivasi berpengaruh terhadap minat mahasiswa Perbankan Syariah menjadi *marketing* di bank Syariah. Karena mahasiswa sebagai responden mengatakan bahwa variabel Motivasi adalah faktor utama dalam menentukan minat terhadap mahasiswa Perbankan Syariah menjadi *marketing* di bank Syariah. Alasan tersebut didasari penulis dari hasil isi kuesioner dari variabel Motivasi.

Hasil penelitian tersebut berbeda dengan penelitian Maryani Oktarina tentang “Pengaruh Pengetahuan Dan Motivasi Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah Dan Ilmu Kominikasi UIN Jakarta” dimana hasil penelitian tersebut mengatakan bahwa variabel motivasi tidak memiliki pengaruh terhadap minat menabung

#### **4.5.3 Pengaruh Resiko terhadap Minat Mahasiswa Perbankan Syariah Menjadi *Marketing* di Bank Syariah**

Berdasarkan hasil hipotesis ketiga dalam penelitian ini variabel resiko tidak memiliki pengaruh minat terhadap mahasiswa Perbankan



Syariah menjadi *marketing* di bank Syariah. Karena berdasarkan uji yang sudah dilakukan pada variabel resiko tidak memiliki pengaruh minat terhadap mahasiswa Perbankan Syariah menjadi *marketing* di bank Syariah. Hal tersebut di buktikan dari hasil uji T yang memiliki nilai signifikan lebih besar dari 0,05 yaitu 0,117 diperoleh nilai t hitung 1.583 lebih kecil dari nilai t tabel senilai 1,98498, maka dari itu hipotesis H<sub>3</sub> ditolak yang artinya bahwa resiko tidak memiliki pengaruh minat terhadap mahasiswa Perbankan Syariah menjadi *marketing* di bank Syariah. resiko tidak berpengaruh minat terhadap mahasiswa Perbankan Syariah menjadi *marketing* di bank Syariah. Karena mahasiswa sebagai responden tidak memandang resiko sebagai faktor utama dalam menentukan minat terhadap mahasiswa Perbankan Syariah menjadi *marketing* di bank Syariah. Alasan tersebut didasari penulis dari hasil isi kuesioner dari variabel resiko.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Temuan berikut dapat diturunkan dari penelitian dan analisis data yang disajikan pada bab sebelumnya, yang melihat pengaruh persepsi, motivasi, dan resiko terhadap minat mahasiswa menjadi *marketing* di bank Syariah:

1. Persepsi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa Perbankan Syariah menjadi *marketing* di bank Syariah dibuktikan dengan nilai signifikan (Sig) persepsi sebesar 0,164 yang lebih besar ( $>$ ) dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa secara statistik, persepsi tidak memiliki pengaruh cukup kuat untuk mempengaruhi keputusan mahasiswa dalam menjadi *marketer* di bank Syariah.
2. Motivasi berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa Perbankan Syariah menjadi *marketing* di bank Syariah yang dibuktikan dengan nilai signifikan (Sig) motivasi mahasiswa sebesar 0,003 yang lebih kecil ( $<$ ) dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa ketika motivasi mahasiswa meningkat, minat mahasiswa untuk mengambil peran *marketing* di bank Syariah juga cenderung meningkat.
3. Resiko tidak berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa Perbankan Syariah menjadi *marketing* di bank Syariah yang dibuktikan dengan nilai signifikan (Sig) resiko sebesar 0,117 yang lebih besar ( $>$ ) dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa resiko tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat mahasiswa untuk menjadi *marketing* di bank Syariah.

#### **5.2 Saran**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan diatas, peneliti memberikan beberapa saran diantaranya:

1. Lembaga Pendidikan dan Bank Syariah disarankan untuk mengembangkan program pelatihan yang menekankan motivasi intrinsik mahasiswa.

Program ini dapat membantu meningkatkan minat mahasiswa menjadi *marketing* di bank Syariah dengan memberikan pemahaman mendalam mengenai peluang karir, potensi pengembangan diri, dan manfaat bekerja pada sektor tersebut.

2. Lembaga Pendidikan dan Bank Syariah perlu meningkatkan kampanye edukasi yang bertujuan mengubah persepsi mahasiswa mengenai profesi *marketing* di bank Syariah.
3. Meskipun resiko tidak berpengaruh secara signifikan secara individual, perlu adanya upaya untuk mengelola dan mengurangi persepsi resiko dengan menyediakan informasi yang jelas dan transparan mengenai tantangan dan cara mengatasi resiko dalam profesi *marketing* di bank Syariah.
4. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengidentifikasi faktor tambahan yang minat mahasiswa menjadi *marketing* di bank Syariah.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Rahman Shaleh. Muhibb Abdul Wahab, Psikologi Suatu Pengantar dalam Perspektif Islam, Prenada Media, Jakarta, 2004
- Adiwarman, A. Karim. 2013. Bank Islam: Fiqih dan Keuangan. Edisi 5. Cetakan ke 9. Jakarta: PT.RajaGrafindo Persada
- Algifari, *Statistika Induktif Edisi 3*, Yogyakarta : STIM YKPN, 2016
- Al-Qur'an Online Terjemah dan Tafsir Bahasa Indonesia. Quran NU Online. Diakses pada 21 Juni 2024 dari <https://quran.nu.or.id/>.
- Ananto Pramadhika, "Motivasi Kerja Dalam Islam" Jurnal Motivasi Kerja, September 2011
- Andrianto dan Anang Firmansyah, *Manajemen Bank Syariah (Implementasi Teori dan Praktek)*, (Surabaya: Qiara Media, 2019)
- AndriSoemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah* (Jakarta: Kencana, 2009)
- Ansofino, Jolianis dkk, *Buku Ajar Ekonometrika*, Yogyakarta : Deepublish, 2016
- Ascarya dan Diana Yumanita, Bank syariah: Gambaran Umum, (Jakarta: Pusat Pendidikan dan Studi Kebansentralan (PPSK), 2005)
- Bahasa Indonesia, Balai Pustaka, Jakarta, 1995
- Bank Indonesia, Cetak Biru Pengembangan Perbankan Syariah di Indonesia
- Bimo Walgito, Pengantar Psikologi Umum, (Yogyakarta: Andi. H, 1990)
- Bustari Muchtar, Rose Rahmidani, dan Menik Kurnia Siwi, *Bank dan Lembaga Keuangan Lain*, (Jakarta: Kencana, 2016)
- Djojosoedarso, Prinsip-prinsip Manajemen Risiko dan Asuransi, (Jakarta: Salemba Empat. 1999)

- Economics Studies – Faculty of Economics Brawijaya University dan Bank Indonesia Jakarta, 1999
- Edy Sutrisno, Manajemen Sumber Daya Manusia, (Jakarta: Kencana, 2011)
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang : Universitas Diponegoro, 2018
- Hasibuan Malayu, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2008)
- Hassine, M. B., & Limani, R. (2014). The impact of bank characteristics on the efficiency: Evidence from MENA Islamic banks. *Journal of Applied Finance and Banking*
- Ibid.*, hlm. 58
- Ibid.*, hlm. 61
- Iman Hilman, dkk, Perbankan Syariah Masa Depan, Senayan Abadi Publishing, Jakarta, 2003
- Irham Fahmi, Manajemen Teori, Kasus, dan Solusi, (Bandung: Alfabeta, 2014)
- Ismail MBA. Perbankan Syariah Edisi Pertama. Jakarta:Kencana
- Ismail, Perbankan Syariah, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2011)
- Istijanto. *Aplikasi Praktis Riset Pemasaran Cara Praktis Meneliti Konsumen dan Pesaing*, Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama, 2009
- Jonathan Sarwono, Metode Riset Skripsi Pendekatan Kuantitatif, Jakarta : PT Elex Media Komputindo
- Laila, Y., & Sihotang, M. K. (2022). Pengaruh Inklusi Keuangan Dan Literasi Keuangan Terhadap Kinerja Keuangan Pada BSI Region Medan. *Al-Sharf: Jurnal Ekonomi Islam*, 3(3), 322-335.

- M. Yusuf, Wibisana, Iwan Triyuwono, Nurkholis, A. Erani Yustika, “Studi Pendahuluan Persepsi Masyarakat tentang Bank Perkreditan Rakyat Syari’ah”, Malang: Centre for Business and Islamic
- Mahfira, Skripsi: Pengaruh magang, Penghargaan Finansial, Pertimbangan Pasar Kerja Terhadap Minat Mahasiswa Perbankan Syariah untuk Berkerja di Bank Syariah, (Palopo, Institut Agama Islam Negeri Palopo, 2023)
- Makhalul Ilmi, *Teori & Praktek Lembaga Mikro Keuangan Syariah*, UII Press, Yogyakarta
- Maulana, F. R., Hasnita, N., & Evriyenni, E. (2020). Pengaruh pengetahuan produk dan word of mouth terhadap keputusan nasabah memilih bank syariah. *JIHBIZ: Global Journal of Islamic Banking and Finance*, 2(2), 124-137.
- Mifta Thoha, Manajemen Sumber Daya Manusia, (Jakarta: PT. Grafindo Persada, 2003)
- Muhammad Iqbal, Asuransi Umum Syari’ah Dalam Praktek (Upaya menghilangkan Gharar, Maisir, dan Riba), (Jakarta: Gema Insani Press, 2005)
- Nia Sari dan Ratna Wardani. Pengolahan dan Analisa Data Statistika dengan SPSS. Yogyakarta : Deepublish, 2015
- Priyono, Metode Penelitian Kuantitatif. Surabaya : Zifatama Publishing 2008
- Rachmadi Usman, *Aspek Hukum Perbankan Syariah Di Indonesia*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2014)
- Rahmad, A. *PENGARUH MOTIVASI DAN PERSEPSI MAHASISWA TERHADAP MINAT MENJADI PEGAWAI BANK SYARIAH* (Doctoral dissertation, IAIN Bengkulu).

- Ramayanti, A., & Khoiriawati, N. (2023). Pengaruh Motivasi, Pengetahuan Dan Persepsi Terhadap Minat Berkarir Mahasiswa Di Perbankan Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(2), 2638-2649.
- Rianti R, Skripsi: Peran Minat Kerja dalam Memediasi Pengaruh Praktik Kerja Industri dan Bimbingan Karir Terhadap Kesiapan Kerja Siswa Kelas XII Kompetensi Keahlian Akuntansi SMK N 1 Banyudono, (Semarang:Universitas Negeri Semarang, tahun 2005)
- Sartika Susanti, dkk, “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Berinvestasi di Galeri Investasi Universitas Negeri Makasar”, Prosiding Seminar Nasional Pendidikan Ekonomi
- Sitepu, Rasidin Karo dan Bonar M Sinaga. *Aplikasi Model Ekonometrika Estimasi, Simulasi dan Peramalan Menggunakan Program SAS 9.2*, Bogor : IPB Press, 2018
- Slameto, Belajar dan factor-faktor yang mempengaruhi, (Jakarta: Rineka Cipta, 2010)
- Sugihartono, Psikologi Pendidikan, (Yogyakarta: UNY press, 2007)
- Sugiyono, Metode Penelitian Pendidikan : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, Bandung : Alfabeta
- Suharyadi Purwanto S.K. Statistika Untuk Ekonomi & Keuangan Modern,Buku 2, Jakarta: Salemba Empat 2004
- Supranto, Pengambilan Risiko secara Strategis Bagi Pengambil Keputusan Bisnis, (Jakarta:Rajawali, 2013)
- Surat al-Alaq ayat 1-3, Al-Qur'an dan Terjemahnya, Sinar Baru Algensindo, Bandung, 2006
- Suryani dan Hendryadi, Metode Riset Kuantitatif Teori dan Aplikasi, Jakarta : Prenadamedia Group, 2015

Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, Kamus Besar

Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan Dan Pengembangan Bahasa, Op. Cit

Trisadini P Usanti et.al, Transaksi Bank Syariah, Jakarta:Bumi Aksara

Umar, Husein. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis*, Jakarta: Rajawali, 2013

Zaher, T. S., & Kabir Hassan, M. (2001). A comparative literature survey of  
Islamic finance and banking. *Financial Markets, Institutions & Instruments*

Zainul Arifin, *Memahami Bank Syari'ah*, (Jakarta: Alvabet, 1999)



## Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

### IDENTITAS RESPONDEN

Nama :  
Usia :  
Jenis Kelamin :  
Angkatan :

### PETUNJUK PENGISIAN

Baca dengan baik pernyataan dibawah ini kemudian pilihlah salah satu jawaban yang sesuai dengan yang diyakini yang mewakili pilihan saudara/i dengan petunjuk sebagai berikut:

Simbol	Kriteria	Bobot
STS	Sangat Tidak Setuju	1
TS	Tidak Setuju	2
N	Netral	3
S	Setuju	4
SS	Sangat Setuju	5

### DAFTAR PERNYATAAN

#### 1. Variabel Persepsi (X1)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Menurut saya proses perkuliahan perbankan membantu mahasiswa					

	prodi s1 perbankan syariah untuk berkarir dibidang perbankan (marketing, frontliner, back office,manajemen, dan data analyst)					
2	Menurut saya ilmu pengetahuan terkait perbankan akan sangat bermanfaat bagi mahasiswa prodi perbankan syariah dalam berkarir dibidang perbankan syariah.					
3	Menurut saya sebelum berkarir dibidang perbankan syariah, mahasiswa prodi perbankan syariah perlu mengikuti pelatihan A,B,C untuk membantu pengembangan karir					
4	Menurut saya karir dibidang perbankan syariah akan membantu menambah kemampuan interpersonal seperti kemampuan bekerjasama dalam kelompok.					

5	Menurut saya dengan bekerja di bank syariah bisa memulai meniti karir pertama dengan bagus.					
---	---	--	--	--	--	--

## 2. Variabel Motivasi (X2)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya menginginkan pekerjaan di bidang marketing bank syariah karena sesuai dengan latar belakang pendidikan saya di prodi perbankan syariah.					
2	Saya ingin meningkatkan keahlian saya dalam mengaplikasikan pengetahuan perbankan untuk membantu memecahkan masalah riil dalam pengembangan bank syariah					
3	Saya ingin meningkatkan kemampuan berprestasi ketika berkarir di bank Syariah.					

4	Saya ingin mendapatkan pekerjaan yang mampu memberikan gaji tambahan yang cukup tinggi seperti honor dan lainnya.					
5	Saya ingin mendapatkan pengalaman yang berkaitan dengan tanggungjawab yang akan dimiliki ketika berada ditengah-tengah masyarakat					

### 3. Variabel Resiko (X3)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Menurut saya jika bekerja menjadi marketing di bank syariah tidak menjadi beban.					
2	Menurut saya jika bekerja menjadi marketing di bank syariah sesuai dengan kepribadian saya yang mudah untuk berinteraksi kepada banyak orang.					

3	Menurut saya jika bekerja menjadi marketing di bank syariah menyenangkan					
4	Menurut saya jika bekerja menjadi marketing di bank syariah mengharuskan saya bertransaksi sesuai dengan akad syariah					
5	Menurut saya jika bekerja menjadi marketing di bank syariah menguntungkan hal dalam biaya dan waktu.					

#### 4. Variable Minat Mahasiswa Menjadi Marketing di Bank Syariah (Y)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Setelah menyelesaikan studi, saya akan memilih berkarir di bank syariah					
2	Saya berminat berkarir di perbankan syariah (marketing, frontliner, back office, manajemen, dan data analyst) karena karir tersebut merupakan					

	profesi yang sangat menarik					
3	Saya berminat berkarir di bank syariah karena karir tersebut banyak di segani					
4	Saya berminat di bank syariah karena karir tersebut mempunyai tanggung jawab yang besar.					
5	Saya berminat berkarir di bank syariah karena karir tersebut sangat dibutuhkan oleh masyarakat					

## Lampiran 2. Tabulasi Data Responden

### Tabulasi Data Responden Variabel Persepsi

X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.TOTAL
5	4	4	5	3	21
3	3	4	2	2	14
4	4	4	3	2	17
5	3	3	5	3	19
4	4	4	3	4	19
4	3	5	5	5	22
4	3	5	4	4	20
4	5	4	4	5	22
3	4	5	5	3	20
4	5	4	4	5	22
4	3	5	4	5	21
4	5	4	5	4	22
4	5	4	4	4	21
4	4	4	3	4	19
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
4	4	4	5	3	20
4	5	4	4	4	21
4	3	2	4	3	16
5	5	5	5	4	24
4	5	5	4	5	23
5	5	5	4	4	23
4	4	5	4	4	21
4	5	3	3	4	19
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
4	4	5	4	2	19
4	5	4	4	4	21
4	4	4	5	5	22
5	5	4	4	4	22
4	4	4	4	4	20
4	5	4	3	4	20
4	5	4	5	5	23
3	4	5	3	4	19
4	4	4	4	5	21
5	4	5	4	5	23
4	4	4	5	5	22
4	5	5	4	5	23
4	3	5	4	4	20

4	4	4	5	5	22
5	4	5	5	5	24
5	5	5	5	5	25
4	3	4	4	5	20
4	3	4	5	3	19
4	4	3	5	3	19
4	3	4	4	3	18
4	4	4	5	5	22
5	4	4	5	5	23
4	5	4	5	5	23
4	5	5	4	4	22
4	4	5	5	5	23
4	5	4	4	5	22
4	5	5	4	4	22
4	5	5	5	5	24
4	5	4	4	5	22
4	5	5	5	5	24
4	5	5	5	4	23
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	5	2	4	3	18
5	4	3	4	4	20
4	5	5	3	5	22
4	4	3	4	5	20
4	5	4	5	5	23
3	4	3	4	5	19
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	4	4	5	5	22
5	5	5	5	5	25
5	4	5	4	5	23
5	4	5	4	5	23
4	5	5	4	4	22
5	4	4	5	5	23
4	5	5	5	5	24
5	4	4	4	4	21
3	3	3	3	3	15
4	3	4	3	4	18
5	5	5	5	5	25
3	4	3	4	3	17
3	3	3	3	3	15
4	4	4	4	4	20



5	5	5	5	5	25
3	3	3	3	3	15
4	3	4	3	3	17
3	4	3	4	3	17
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	4	4	4	4	21
5	4	4	5	5	23
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	3	4	3	4	18
3	4	4	5	5	21
5	4	5	5	4	23

**Tabulasi Data Responden Variabel Motivasi**

<b>X2.1</b>	<b>X2.2</b>	<b>X2.3</b>	<b>X2.4</b>	<b>X2.5</b>	<b>X2.TOTAL</b>
3	3	5	5	5	21
3	4	5	5	5	22
2	2	3	4	4	15
3	4	3	5	5	20
4	4	3	5	5	21
3	3	4	4	4	18
4	3	5	5	4	21
3	4	4	4	3	18
3	4	4	4	3	18
4	5	5	5	4	23
4	3	3	4	3	17
3	3	4	5	5	20
4	4	4	3	4	19
3	4	5	3	4	19
5	4	4	4	5	22
5	5	5	5	5	25
3	4	3	4	5	19
4	4	5	5	3	21
3	4	4	4	5	20
4	5	5	4	4	22
4	4	5	3	4	20
4	4	4	5	3	20
5	4	5	5	4	23
4	3	4	4	4	19

5	5	5	5	5	25
3	3	3	3	3	15
4	4	4	4	4	20
1	2	4	4	5	16
5	3	3	5	4	20
3	3	4	5	5	20
5	5	4	5	4	23
5	4	4	5	5	23
5	4	3	4	5	21
2	2	4	4	4	16
3	4	5	5	5	22
4	4	4	5	4	21
4	5	4	5	5	23
4	4	4	4	4	20
5	4	5	3	5	22
4	4	5	4	4	21
5	5	4	4	5	23
4	5	5	4	5	23
5	4	4	4	4	21
4	5	5	4	5	23
3	4	5	5	3	20
5	3	5	4	4	21
3	4	4	4	4	19
4	5	5	5	5	24
4	4	5	5	4	22
4	5	5	5	4	23
4	4	5	4	4	21
5	4	5	4	4	22
4	4	4	5	5	22
4	5	5	5	5	24
4	4	5	5	5	23
4	4	4	4	4	20
4	4	5	5	5	23
4	4	5	4	4	21
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
3	4	4	5	4	20
4	4	5	5	4	22
1	3	4	5	3	16
4	5	4	5	5	23
3	4	4	4	3	18
3	4	4	5	5	21

5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	5	5	4	4	22
4	4	4	5	4	21
5	5	5	5	5	25
5	5	5	4	5	24
4	5	5	5	4	23
4	5	4	4	4	21
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	4	24
4	4	4	4	4	20
3	4	3	4	3	17
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
3	3	3	3	3	15
4	4	4	4	4	20
3	3	3	3	3	15
2	3	3	3	3	14
4	4	4	4	4	20
3	3	3	3	3	15
5	5	4	5	5	24
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	4	2	4	5	19
2	4	4	5	5	20
5	5	5	5	4	24
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	4	4	5	4	22
2	3	2	3	4	14
4	4	5	4	5	22
4	3	5	5	4	21

**Tabulasi Data Responden Variabel Resiko**

<b>X3.1</b>	<b>X3.2</b>	<b>X3.3</b>	<b>X3.4</b>	<b>X3.5</b>	<b>X3.TOTAL</b>
2	4	3	3	4	16
1	1	2	3	3	10
1	1	1	3	4	10
1	1	3	3	4	12
4	4	3	4	4	19
4	4	3	4	5	20
4	3	3	4	4	18
2	4	3	4	5	18

3	4	4	5	4	20
1	2	3	4	5	15
4	3	4	4	4	19
3	5	4	5	3	20
4	3	3	4	4	18
2	3	4	3	3	15
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15
3	2	5	4	3	17
5	4	4	4	4	21
3	3	4	4	5	19
4	3	3	4	3	17
3	4	5	5	5	22
5	3	4	4	4	20
4	4	4	4	3	19
5	3	4	5	4	21
1	2	3	4	5	15
4	3	5	5	5	22
3	3	3	3	3	15
2	2	4	4	5	17
3	3	5	5	5	21
4	4	4	5	4	21
2	3	3	4	2	14
3	5	5	5	5	23
4	4	5	5	3	21
2	1	2	4	5	14
5	5	5	3	5	23
4	3	5	4	5	21
5	4	5	5	5	24
2	2	4	4	2	14
5	4	5	3	4	21
4	3	4	4	3	18
2	2	4	5	4	17
5	4	5	5	4	23
3	5	5	5	5	23
4	4	5	4	3	20
3	4	5	3	3	18
3	4	4	5	4	20
4	4	3	3	3	17
4	4	4	5	5	22
4	4	4	5	5	22
4	5	4	5	4	22
4	4	5	5	5	23
4	4	4	5	5	22

4	4	5	5	5	23
4	5	5	4	4	22
4	5	4	4	4	21
4	4	4	4	5	21
4	5	5	5	4	23
4	4	4	5	4	21
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
1	3	1	4	2	11
1	3	2	3	4	13
2	2	2	3	4	13
3	4	4	4	4	19
2	2	3	3	3	13
1	2	3	4	4	14
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	4	4	4	4	21
5	4	5	5	4	23
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	4	24
4	4	5	5	5	23
4	4	4	4	4	20
5	5	5	4	5	24
4	5	5	5	5	24
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15
4	3	4	3	4	18
3	3	3	3	3	15
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
3	3	3	5	3	17
3	3	3	3	3	15
4	4	4	4	4	20
4	5	5	5	5	24
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
3	4	4	4	4	19
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25

2	5	5	5	5	22
5	4	4	5	5	23
5	4	3	5	2	19
2	4	2	5	2	15

**Tabulasi Data Responden Variabel Minat Mahasiswa Menjadi Marketing di Bank Syariah**

<b>Y1</b>	<b>Y2</b>	<b>Y3</b>	<b>Y4</b>	<b>Y5</b>	<b>Y.TOTAL</b>
4	5	5	5	4	23
3	3	5	5	4	20
3	5	4	5	3	20
3	3	5	5	5	21
5	4	4	4	3	20
3	4	4	4	4	19
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
4	3	4	4	4	19
5	4	4	5	5	23
3	4	4	4	4	19
4	3	4	5	4	20
4	5	5	5	5	24
4	5	4	5	5	23
4	4	3	2	4	17
4	4	5	4	4	21
3	4	5	5	4	21
5	4	4	5	5	23
3	4	4	5	5	21
5	5	3	4	4	21
3	5	4	5	3	20
4	4	3	3	4	18
5	4	3	4	5	21
3	4	4	5	5	21
5	5	5	5	5	25
4	5	4	5	2	20
3	3	3	3	3	15
4	3	4	4	4	19
5	4	3	4	5	21
5	5	4	4	4	22
4	4	3	5	4	20
4	4	5	4	2	19
5	4	5	5	5	24

3	4	3	3	3	16
5	4	5	5	5	24
4	4	4	4	4	20
5	5	4	5	4	23
4	4	3	4	4	19
4	5	5	4	4	22
5	5	4	5	5	24
5	5	5	5	5	25
4	4	5	4	5	22
3	4	4	4	4	19
3	5	5	5	4	22
5	4	4	4	4	21
4	4	5	4	5	22
3	4	5	5	4	21
4	4	5	5	5	23
4	4	5	5	5	23
5	4	4	5	5	23
5	5	5	5	4	24
4	4	4	4	5	21
4	5	5	5	5	24
4	4	5	5	5	23
4	4	4	5	5	22
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	5	5	5	4	23
4	4	5	3	4	20
4	3	5	4	4	20
5	4	4	5	5	23
4	4	4	4	5	21
5	4	4	5	5	23
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
4	4	4	3	5	20
5	4	5	4	4	22
4	5	4	4	5	22
5	5	4	5	5	24
5	4	5	5	5	24
4	3	5	5	5	22
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20

4	4	4	4	4	20
3	4	3	4	3	17
4	4	4	4	4	20
3	3	3	3	3	15
4	4	4	4	4	20
3	3	3	3	3	15
5	5	4	5	5	24
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	4	5	5	24
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	4	3	3	3	17
4	3	4	4	3	18
5	3	4	4	4	20



### Lampiran 3. Hasil Uji SPSS

1. Uji Validitas
  - a. Persepsi (X1)

		<b>Correlations</b>					
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.TOTAL
X1.1	Pearson Correlation	1	.386**	.444**	.504**	.429**	.724**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.386**	1	.389**	.382**	.473**	.713**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.444**	.389**	1	.357**	.465**	.720**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.504**	.382**	.357**	1	.492**	.739**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	.429**	.473**	.465**	.492**	1	.794**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.TOTAL	Pearson Correlation	.724**	.713**	.720**	.739**	.794**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

b. Motivasi (X2)

		<b>Correlations</b>					
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.TOTAL
X2.1	Pearson Correlation	1	.655**	.439**	.315**	.362**	.792**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.001	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.655**	1	.513**	.397**	.417**	.824**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.439**	.513**	1	.421**	.303**	.728**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.002	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	.315**	.397**	.421**	1	.420**	.663**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	.362**	.417**	.303**	.420**	1	.659**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.002	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.TOTAL	Pearson Correlation	.792**	.824**	.728**	.663**	.659**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

c. Resiko (X3)

		<b>Correlations</b>					
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.TOTAL
X3.1	Pearson Correlation	1	.694**	.666**	.458**	.338**	.832**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100

X3.2	Pearson Correlation	.694**	1	.667**	.553**	.371**	.847**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	.666**	.667**	1	.573**	.516**	.870**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.4	Pearson Correlation	.458**	.553**	.573**	1	.458**	.737**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.5	Pearson Correlation	.338**	.371**	.516**	.458**	1	.653**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.TOTAL	Pearson Correlation	.832**	.847**	.870**	.737**	.653**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

d. Minat Mahasiswa Menjadi Marketing di Bank Syariah (Y)

		Correlations					
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y.TOTAL
Y1	Pearson Correlation	1	.463**	.279**	.352**	.514**	.714**
	Sig. (2-tailed)		.000	.005	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y2	Pearson Correlation	.463**	1	.358**	.477**	.326**	.701**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y3	Pearson Correlation	.279**	.358**	1	.598**	.431**	.719**
	Sig. (2-tailed)	.005	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100

Y4	Pearson Correlation	.352**	.477**	.598**	1	.510**	.791**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y5	Pearson Correlation	.514**	.326**	.431**	.510**	1	.765**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y.TOTAL	Pearson Correlation	.714**	.701**	.719**	.791**	.765**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

## 2. Uji Reabilitas

### a. Kualitas Layanan (X1)

#### Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.790	5

### b. Motivasi (X2)

#### Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.785	5

### c. Resiko (X3)

#### Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.846	5

d. Minat Mahasiswa Menjadi Marketing di Bank Syariah (Y)

**Reliability Statistics**

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.790	5

3. Uji Normalitas

a. Uji Kolmogorov – Smirnov

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

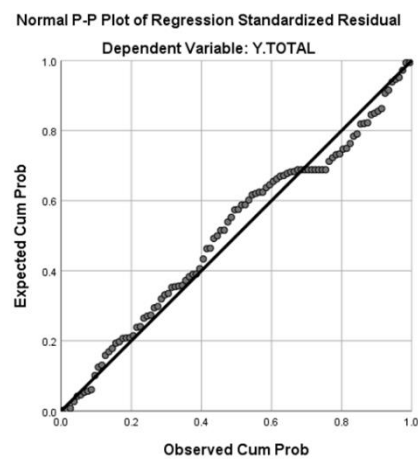
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.22011582
	Most Extreme Differences	
	Absolute	.085
	Positive	.069
	Negative	-.085
Test Statistic		.085
Asymp. Sig. (2-tailed)		.073 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.

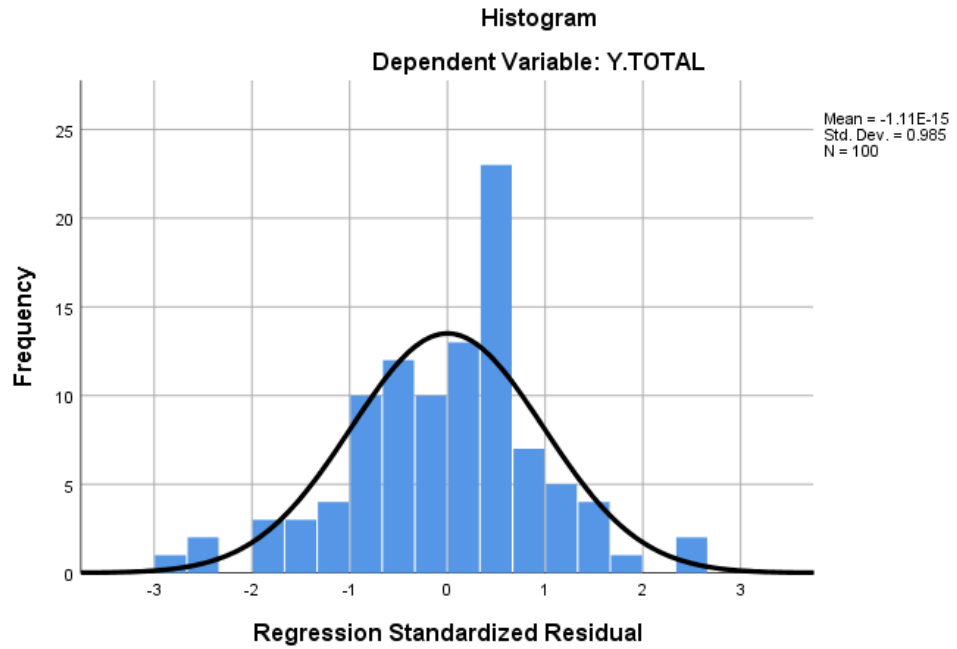
b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

b. Uji Normalitas P-Plot



c. Grafik Histogram



4. Uji Multikolonieritas

**Coefficients<sup>a</sup>**

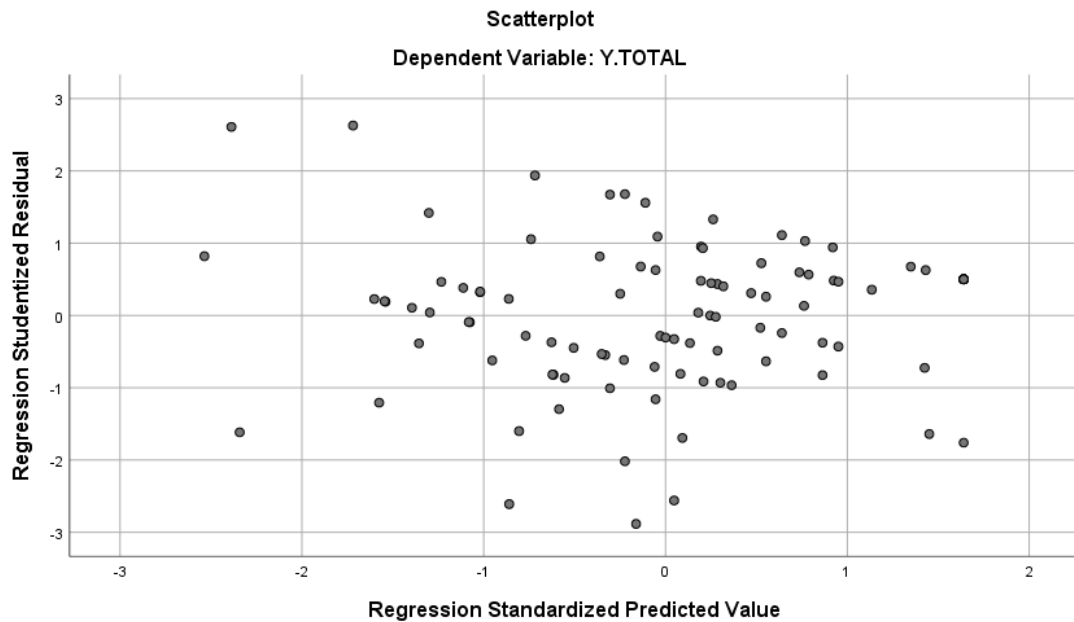
Collinearity  
Statistics

Tolerance
.643
.714
.664

a. Dependent Variable: Y.TOTAL

5. Uji Heteroskedastisitas

a. Uji *Scatter Plot*



b. Uji *Glejser*

**Coefficients<sup>a</sup>**

Unstandardized Coefficients	
B	Std. Error
3.770	1.193
.038	.061
-.185	.055
.053	.041

a. Dependent Variable: ABRESID

6. Uji Regresi Linier Berganda

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.391	2.021		5.142	.000
	X1.TOTAL	.146	.104	.152	1.402	.164

X2.TOTAL	.284	.093	.314	3.042	.003
X3.TOTAL	.111	.070	.169	1.583	.117

a. Dependent Variable: Y.TOTAL

### 7. Uji Parsial T

#### Coefficients<sup>a</sup>

Unstandardized Coefficients	
B	Std. Error
10.391	2.021
.146	.104
.284	.093
.111	.070

a. Dependent Variable: Y.TOTAL

### 8. Uji Parsial F

#### ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	182.147	3	60.716	11.945	.000 <sup>b</sup>
	Residual	487.963	96	5.083		
	Total	670.110	99			

a. Dependent Variable: Y.TOTAL

b. Predictors: (Constant), X3.TOTAL, X2.TOTAL, X1.TOTAL

### 9. Uji Koefisien Determinan (R<sup>2</sup>)

#### Model Summary<sup>b</sup>

R Square	Adjusted R Square
.483	.427

a. Predictors: (Constant), X3.TOTAL, X2.TOTAL, X1.TOTAL

b. Dependent Variable: Y.TOTAL



## **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

Bahwa yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama lengkap : Muchammad Syukron Yuwono  
Tempat, Tanggal Lahir : Semarang, 8 Juni 1999  
Kewarganegaraan : Indonesia  
Alamat : Banyumanik Barat No. 20 RT 05 RW 04  
Nomor Telepon/HP : -/089652855663  
Email : [syukronyuwono@gmail.com](mailto:syukronyuwono@gmail.com)

### **PENDIDIKAN FORMAL**

1. TK Nurul Ikhsan Tahun 2004-2005
2. SDN 1 Banyumanik Tahun 2005 – 2011
3. SMPN 26 Semarang Tahun 2011 – 2014
4. SMAN 2 Ungaran Tahun 2014 – 2017
5. UIN Walisongo Semarang Tahun 2017 – Sekarang

### **PENGALAMAN ORGANISASI**

1. HMJ S1 Perbankan Syariah Tahun 2019 – 2020
2. SENAT Fakultas Ekonomi Tahun 2020 – 2021
3. PMII Rayon Ekonomi Tahun 2017 – 2020

Demikian Riwayat hidup ini, saya buat dengan sebenar – benarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.