BAB IV
HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung

Institut Agama Islam Negeri Tulungagung merupakan satu-satunya lembaga perguruan tinggi negeri di kabupaten Tulungagung. Perjalanan dan Perkembangan Institut Agama Islam Negeri Tulungagung merupakan cikal bakal berdirinya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Tulungagung berdiri berawal dari Sekolah Persiapan (SP) Singoleksono, kemudian berturut-turut mengalami perubahan dan perkembangannya menjadi Fakultas Tarbiyah IAIN Sunan Ampel Tulungagung, Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Tulungagung dan Institut Agama Islam Negeri(IAIN) Tulungagung. Oleh karena itu, sejarah masing-masing dari keempat kelembagaan tersebut yang paparan berikutnya akan dipilah menjadi empat periode kelembagaan, yaitu:

a. Pertama, periode Sekolah Persiapan (SP) IAI Singoleksono.
b. Kedua, periode Fakultas Tarbiyah IAIN Sunan Ampel Tulungagung.
c. Ketiga, periode Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Tulungagung.
d. Keempat, periode Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.

Seiring dengan perkembangan dan ketersediaan sarana, prasarana, tenaga pendidik dan peningkatan jumlah mahasiswa, maka Sekolah Tinggi Agama Islam (STAIN) Tulungagung ditingkatkan status kelembagaannya menjadi Institut Agama Islam Negeri Tulungagung. Alih status ini

ditetapkan dengan Peraturan Presiden RI No 50 tahun 2013 pada tanggal 6 Agustus 2013 tentang alih status Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Tulungagung menjadi Institut Agama Islam Negeri Tulungagung. Dan dikuatkan dengan Peraturan Menteri Agama RI Nomor 90 Tahun 2013 tentang organisasi dan tata kerja Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.

Peresmian IAIN Tulungagung dilakukan pada tanggal 27 Desember 2013 oleh Menteri Agama RI Suryadharma Ali, M. Sc. Pada saat itu sekaligus dilakukan pelantikan Rektor Institut Agama Islam Negeri Tulungagung, yaitu Dr. Maftukhin, M. Ag. Untuk periode 2013-2017. Berdasarkan PMA Nomor 90 tahun 2013 tentang organisasi dan tata kerja IAIN Tulungagung tersebut IAIN Tulungagung terdiri dari 4 (empat) Fakultas dan Pascasarjana, yaitu Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum, Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan, Fakultas Ushuludin Adab dan Dakwah, dan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Sejak peresmian IAIN Tulungagung tersebut Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam mengelola 2 (dua) program studi, yaitu Perbankan Syariah, dan program studi Ekonomi Syariah. Program studi Perbankan Syariah yang pada mulanya bergabung dengan Jurusan Syariah, berdiri pada tahun 2010, sehingga mahasiswa angkatan pertama adalah tahun akademik 2010/2011. Pada awal berdirinya, program studi perbankan syariah bernama Manajemen Perbankan Syariah (MPS). Kemudian berdasarkan pada SK Dirjen Pendis tentang penataan program studi, pada tahun 2012 mengalami perubahan nama menjadi Perbankan Syariah.

Gelar yang diperoleh dari program studi Perbankan Syariah adalah Sarjana Ekonomi Syariah (S.E.Sy.). Pada saat masih bergabung dengan Jurusan Syariah (dalam bentuk STAIN) Ketua Program perbankan Syariah dijabat oleh Dr. Agus Eko Sujianto, SE, MM untuk periode 2010-2014. Sedangkan program studi Ekonomi Syariah berdiri pada tahun 2012 juga bergabung dengan Jurusan Syariah (STAIN) sehingga menerima mahasiswa baru pertama kali pada Tahun Akademik 2012/2013. Gelar yang diperoleh dari program studi Ekonomi Syariah adalah Sarjana Ekonomi Syariah (S.E.Sy.). Ketua program studi Ekonomi Syariah yang pertama dijabat oleh Muhammad Aswad, M. Ag. Untuk periode 2012-2014. Kemudian pada tahun 2015 berdiri program studi Akuntansi Syariah, sehingga pada tahun akademik 2015/2016. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam pada tahun 2017 mengelola 6 (enam) program studi dengan gelar strata 1 (S.E) yaitu:

1) Perbankan Syariah
2) Ekonomi Syariah
3) Akuntansi Syariah
4) Manajemen Zakat dan Wakaf
5) Manajemen Bisnis Syariah
6) Manajemen Keuangan Syariah

2. Visi, Misi dan Tujuan Fakultas

a. Visi

Visi yang diusung oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Tulungagung, adalah sebagai berikut:

"Terwujudnya Fakultas yang mampu bersaing di tingkat nasional dengan pengembangan ilmu ekonomi dan bisnis Islam berbasis riset dan pemberdayaan masyarakat pada tahun 2022".

b. Misi

Misi yang diemban Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Tulungagung, adalah sebagai berikut :

1) Menyelenggarakan tata kelola kelembagaan secara professional dan bermutu.
2) Menyelenggarakan pendidikan ilmu ekonomi dan bisnis Islam secara teoritik dan praktik yang kompetitif.
3) Melaksanakan penelitian pengembangan ilmu ekonomi dan bisnis Islam yang mampu menjawab problem ekonomi masyarakat.
4) Menyelenggarakan pengabdian masyarakat yang bertumpu pada pemberdayaan ekonomi masyarakat.
5) Menjalin kerjasama dengan pihak luar dalam skala regional, nasional, maupun internasional yang mengarah pada penguatan sumber daya.
6) Menggali dan mengembangkan potensi-potensi ekonomi kreatif masyarakat.

3. Tujuan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

1) Terselenggaranya tata kelola lembaga yang terkoordinasi, terstruktur, dan hirarkis dari masing-masing bidang dapat bekerja sesuai dengan tugas pokok dan fungsi serta tanggung jawab.

2) Terwujudnya sarjana ekonomi dan bisnis Islam yang kompetitif, jujur, adil, berjiwa *entrepreneur* yang kehidupan mampu menganalisis perkembangan ekonomi dan bisnis secara teoritik dan aplikatif sesuai kebutuhan masyarakat.
3) Terselenggaranya penelitian dan pengembangan ilmu ekonomi dan bisnis Islam yang dapat meningkatkan kualitas ekonomi masyarakat.
4) Terselenggaranya kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui penyuluhan, pendampingan, dan pemberdayaan ekonomi yang dilakukan masyarakat.
5) Terselenggaranya kerjasama dan kemitraan dengan pihak luar, pemerintah dan swasta, perguruan tinggi, sektor industri, kalangan professional, baik di tingkat kabupaten, provinsi, nasional, maupun internasional melalui program magang, praktek pengalaman lapangan, penelitian bersama, kuliah non formal/kuliah tamu, dan rekruitmen kerja lulusan dan pengadaan sarana prasarana dengan manfaat yang bisa dirasakan masing-masing pihak.
6) Tergalinya potensi ekonomi yang ada di masyarakat dengan membuka peluang-peluang usaha yang dapat dikembangkan dengan sentuhan kreativitas yang mampumembuka pangsa pasar baru.

4. Struktur Organisasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung

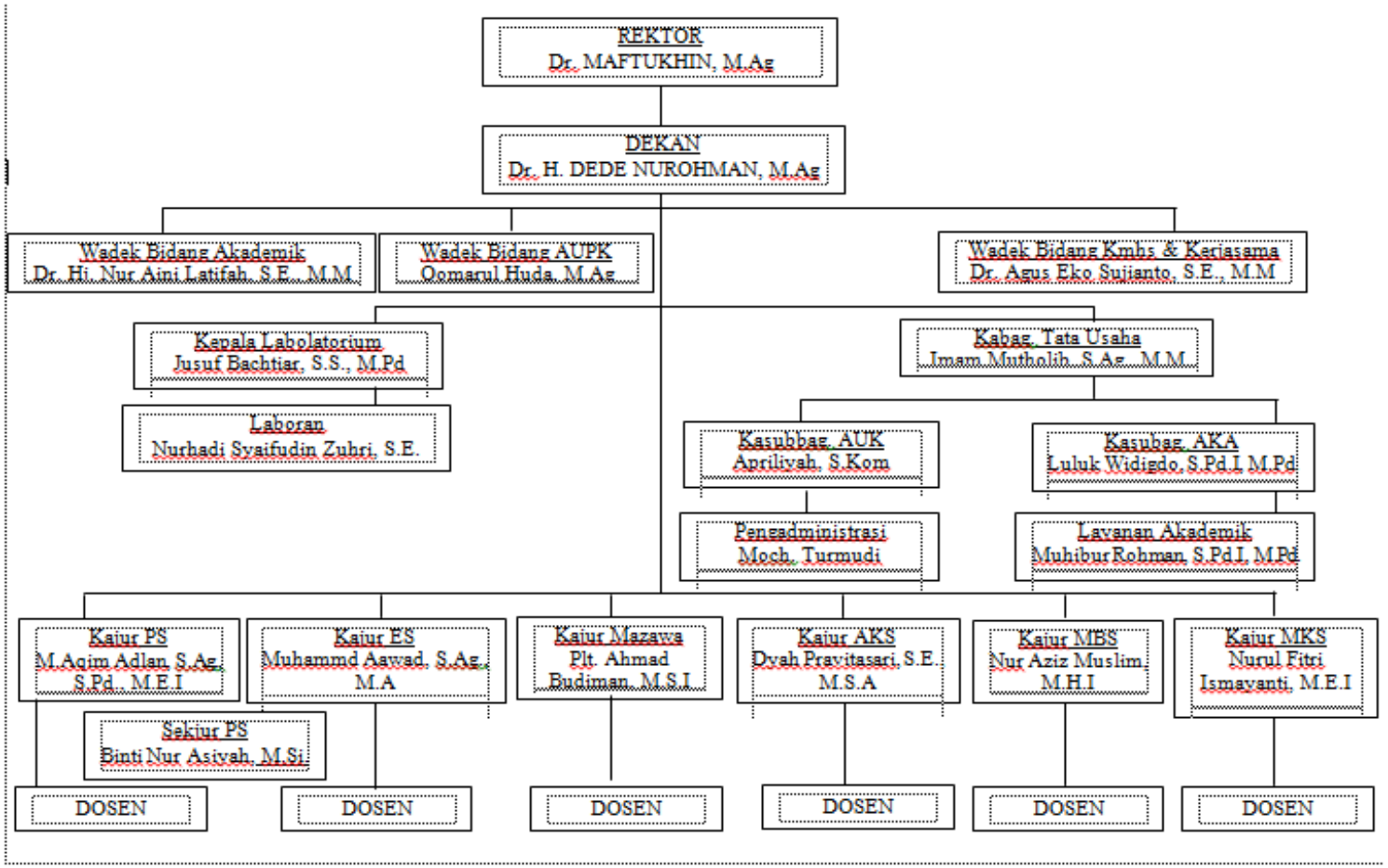
Tabel 4.1
Staff Kependidikan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Tahun 2017/2018

No	NAMA	NIP	JABATAN
1	Imam Mutolib, S.Ag. M.M	197107142000031001	Kepala Bagian Tata Usaha Febi
2	Luluk Widigdyo, S.Pd.I	196503132000031002	Kasubag Akademik Dan Kemahasiswaan
3	Siswahyudianto, S.Pd.I,.M.M.	2015068402	Kepala Laboratorium
4	Muhiburrohman, Spd.I.	198209022011011005	Staff Akademik
5	Moch. Turmudi	198308152005011003	Staf Umum
6	Nur Hadi Syaifudin Zuhri, Se.	198111212014031001	Laboran
7	Apriliyah, S.Kom.	198604162009012008	Kasubag Umum Dan Keuangan

Sumber: Data Primer tahun 2018[1]

[1] Web Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung di akses di http://febi.iaintulungagung.ac.id/staff/dosen pada tanggal 21 Maret 2018 pukul 02:06 WIB

Gambar 4.1
Struktur Organisasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung
Tahun 2017/2018[2]



[2] *Ibid,*

B. Deskripsi Karakteristik Data Responden

Responden dalam penelitian ini tenaga pendidik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung, dengan menyebarkan kuesioner kepada responden. Target dari penyebaran kuesioner yang telah ditentukan sebelumnya adalah 100 sampel. Dari data kuesioner yang telah disebar pada responden dihasilkan gambaran karakteristik responden sebagai berikut:

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

   Data mengenai jenis kelamin responden yang diambil sebagai sampel dalam tenaga pendidik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung adalah sebagai berikut:

Tabel 4.2
Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Jumlah	Prosentase
Laki-laki	47	47%
Perempuan	53	53%
Total	100	100%

Sumber: Data Primer diolah, 2018[3]

Berdasarkan pada tabel 4.2 dapat diketahui bahwa, karakteritik responden yang diambil sebagai sampel menunjukkan sebagian besar responden adalah perempuan yaitu sebanyak 53 dosen perempuan atau 53%, sedangkan jumlah responden jenis kelamin laki-laki sebanyak 47 atau 47%. Perempuan lebih yang bekerja sebagai tenaga pedidik dalam penelitian ini

[3] *Ibid,*

lebih banyak dibandingkan laki-laki. Jumlah perempuan bekerja ini lebih besar karena seiring dengan perkembangan jaman, diera ini perempuan diberi kesempatan dan peran yang sama untuk berpartisipasi dalam pembangunan nasional.

Faktor perempuan bekerja yaitu kebutuhan ekonomi keluarga yang tidak mampu terpenuhi dengan penghasilan suami, sehingga mendorong perempuan untuk berpartisipasi memenuhi kebutuhan keluarga. Perempuan yang bekerja juga dapat mengatur perekonomian keluarga.[4]

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Data mengenai usia responden yang diambil sebagai sampel dalam tenaga pendidik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung adalah sebagai berikut:

Tebel 4.3
Usia Responden

No.	Usia Responden	Jumlah	Prosentase
1.	25-30 tahun	52	52%
2.	31-35 tahun	23	23%
3.	36-40 tahun	15	15%
4.	41-45 tahun	5	5%
5.	46-50tahun	4	4%
6.	> 50 tahun	1	1%

[4] Monica S.M dan Nasri B, *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Partisipasi Penawaran Wanita Menikah untuk Bekerja di Indonesia, (*Padang: Jurnal, Fakultas Ekonomi Universitas Andalas, 2017) di akses di http://repo.unand.ac.id/6524/1/ANALISIS%20FAKTOR-FAKTOR%20YANG%20MEMPENGARUHI%20PARTISIPASI%20PENAWARAN%20WANITA%20MENIKAH%20UNTUK%20BEKERJA%20.pdf pada pukul 08:39 Mei 2018

	Total	100	100%

Sumber: Data Primer diolah, 2018

Berdasarkan pada table 4.3 diatas dapat diketahui bahwa usia responden sebagian besar adalah 25-30 tahun yaitu sebanyak 2 (lima puluh dua) atau 52%. Sedangkan usia 31-35 tahun sebanyak 23%, usia 36-40 tahun sebanyak 15%, usia 41-45 tahun sebanyak 5%, usia 46-50 tahun sebanyak 4%, dan usia >50 tahun atau lebih dari 50 tahun sebanyak 1%. Hal ini menunjukkan bahwa responden tersebesar berusia 25-30 tahun.

Menurut undang-undang Republik Indonesia Nomor 13 tahun 2003 pasal 1 ayat 2 yang berbunyi "tenaga kerja adalah setiap orang yang mampu melakukan pekerjaan guna menghasilkan barang atau jasa baik untuk memenuhi kebutuhan sendiri maupun masyarakat.[5] Usia responden dalam penelitian ini, pada tabel 4.3 menunjukkan bahwa mayoritas adalah berusia 25-30 tahun. Data ini menunjukkan bahwa pada usia 25-30, seseorang termasuk dalam usia pekerja aktif. Pekerja aktif untuk memulai menuai hasil dari apa yang dikerjakan sejak pertama kali menyelesaikan jenjang pendidikan.

[5]Undang-undang Republik Indonesia Nomor 13 tahun 2003

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Status

Data mengenai status responden dari tenaga pendidik FEBI IAIN Tulungagung adalah sebagai berikut:

Tabel 4.4
Status Responden

No.	Status	Jumlah	Prosentase
1.	Menikah	65	65%
2.	Belum menikah	35	35%
	Total	100	100%

Sumber: Data Primer diolah, 2018

Dari tabel 4.4 diatas diketahui bahwa status responden yang banyak adalah sudah menikah yaitu sebanyak 65%, sedangkan responden yang belum menikah sebanyak 35%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas atau rata-rata tenaga pendidik FEBI IAIN Tulungagung sudah berstatus menikah. Data responden yang menunjukkan bahwa mayoritas perempuan, bekerja diusia 25-30 tahun dan sudah menikah, disebabkan oleh beberapa faktor. Perempuan usia 25-35 tahun merupakan usia yang produktif, pada usia ini perempuan telah mencapai kematangan emosi.[6] Sehingga dapat disimpulkan bahwa 25-30 merupakan usia yang tepat untuk seorang perempuan yang sudah menyelesaikan studinya, bekerja dan sudah menikah.

[6] Dwi Yuli R, *Perbedaan Kematangan Emosi pada Wanita Usia 25-35 Tahun ditinjau dari tingkat Pendidikan dan Usia Memasuki Perkawinan,* (Semarang: Skripsi Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Semarang, 2006), https://lib.unnes.ac.id/1214/1/2097.pdf

4. Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan

Data mengenai status pekerjaan responden dari tenaga pendidik FEBI IAIN Tulungagung adalah sebagai berikut:

Tabel 4.5
Status Pekerjaan Responden

No.	Status Pekerjaan	Jumlah	Prosentase
1.	Tenaga Pendidik Pegawai Negeri Sipil	22	22%
2.	Tenaga Pendidik Tetap Non Pegawai Negeri Sipil	12	12%
3.	Tenaga Pendidik Luar Biasa (Tenaga Kontrak)	66	66%
	Total	100	100%

Sumber: Data Primer diolah, 2018

Dari tabel 4.5 diatas diketahui bahwa status pekerjaan responden yang banyak adalah Tenaga Pendidik Luar Biasa yaitu sebanyak 66%, sedangkan responden yang berstatus Pegawai Negeri Sipil sebanyak 22%, dan Tenaga Pendidik Tetap Non Pegawai Negeri Sipil sebanyak 12%. Karakteristik data status pekerjaan responden tenaga pendidik pada tabel 4.5 menunjukkan bahwa mayoritas tenaga pendidik merupakan tenaga pendidik luar biasa atau tenaga pendidik kontrak. Tenaga pendidik luar biasa atau tenaga kontrak paling banyak di fakultas ekonomi dan bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung, dikarenakan banyak dari tenaga pendidik yang merupakan seorang praktisi dari lembaga-lembaga keuangan dan wirausahawan.

5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan

Data mengenai pendapatan perbulan responden dari tenaga pendidik FEBI IAIN Tulungagung adalah sebagai berikut:

Tabel 4.6
Pendapatan Perbulan

No.	Pendapatan Perbulan	Jumlah	Prosentase
1.	Rp. 2.000.000 - Rp. 4.999.000	84	84%
2.	Rp. 5.000.000 - Rp. 9.999.000	13	13%
3.	> Rp. 10.000.000	3	3%
	Total	100	100%

Sumber: Data Primer diolah, 2018

Dari tabel 4.6 diatas diketahui bahwa pendapatan perbulan responden yang banyak adalah Rp. 2.000.000 - Rp. 4.999.000 yaitu sebanyak 84%, sedangkan pendapatan responden sebesar Rp. 5.000.000 - Rp. 9.999.000 sebanyak 13%, dan pendapatan sebesar > Rp. 10.000.000 sebanyak 3%. Dapat disimpulkan data menunjukkan bahwa dari sampel yang diambil pendapatan perbulan responden yang banyak adalah sebesar Rp. 2.000.000 - Rp. 4.999.000. hal ini dikarenakan banyak tenaga pendidik yang merupakan tenaga pendidik luar biasa atau tenaga kontrak. Data ini menunjukkan sebagian besar penghasilan kurang dari 5 juta rupiah. Sehingga dapat dismpulkan bahwa tenaga pendidik yang menggunakan layanan *electronic banking* mempunyai penghasilan tetap perbulannya diatas 2 juta rupiah.

6. Karakteristik Responden Berdasarkan Rekening yang digunakan

Data mengenai Rekening yang digunakan responden dari tenaga pendidik FEBI IAIN Tulungagung adalah sebagai berikut:

Tabel 4.7
Rekening yang digunakan Responden

No.	Rekening yang digunakan Responden	Jumlah	Prosentase
1.	BCA	13	5,2%
2.	BNI	84	33,9%
3.	BTPN	3	1,2%
4.	MANDIRI	17	6,9%
5.	BRI	83	33,5%
6.	BCA Syariah	2	0,8%
7.	BNI Syariah	13	5,3%
8.	BTPN Syariah	0	0%
9.	BRI Syariah	9	3,6%
10.	Bank Syariah Mndiri	6	2,4%
11.	Bank Muamalat Indonesia	10	4%
12.	*Lainnya*	8	3,2%
	Total	248	100%

Sumber: Data Primer diolah, 2018

Dari tabel 4.7 diatas dapat disimpulkan bahwa rekening yang hampir semua tenaga pendidik miliki yaitu BNI dengan prosentase sebesar 33,9% dan yang kedua BRI 33,5%. Data rekening yang digunakan oleh responden pada tabel 4.7 menunjukkan bahwa mayoritas tenaga pendidik merupakan nasabah BNI dan BRI. Lebih dari setengah tenaga pendidik mempunyai rekening di

perbankan tersebut. Kedua perbankan tersebut merupakan perbankan yang sudah menjangkau daerah-daerah desa, dengan lokasi kantor dan mesin ATM yang mudah ditemui.

7. Karakteristik Responden berdasarkan layanan *e-banking* yang digunakan

Data mengenai layanan *e-banking* yang digunakan responden dari tenaga pendidik FEBI IAIN Tulungagung adalah sebagai berikut:

Tabel 4.8
Layanan *e-banking* yang digunakan

No.	Layanan *e-banking* yang digunakan	Jumlah	Prosentase
1.	ATM (*Automated Teller Machine*)	100	44,3
2.	EDC (*Electronic Data Capture*)	7	3,1
3.	*Internet Banking*	41	18,1
4.	*SMS Banking*	41	18,1
5.	*Mobile Banking*	31	13,7
6.	*E-commerce*	6	2,7
7.	Video *Banking*	0	0%
8.	*Lainnya,*	0	0%
	Total	226	100%

Sumber: Data Primer diolah, 2018

Data dari tabel 4.8 menunjukkan bahwa mayoritas tenaga pendidik sering bertransaksi menggunakan ATM (*Automated Teller Machine*) dgn prosentase sebesar 44,3% kemudian yang sering digunakan yaitu *SMS Banking* dan *Internet Banking* dengan prosentase sebesar 18, 1 %. Data layanan *e-banking* yang sering digunakan responden pada tabel 4.8 menunjukkan bahwa seluruh responden menggunakan layanan *e-banking*

ATM. Hal ini dikarenakan banyaknya gerai ATM yang mudah ditemui dan dibandingkan *mobile banking*, *SMS banking* dan *Internet Banking* merupakan *e-banking* yang banyak orang belum mengenal dan belum mengerti pengaplikasiannya.

8. Karakteristik Responden Berdasarkan Informasi layanan *e-banking*

Data mengenai informasi layanan *e-banking* responden dari tenaga pendidik FEBI IAIN Tulungagung adalah sebagai berikut:

Tabel 4.9
Informasi layanan*e-banking*

No.	Pengenalan *e-banking*	Jumlah	Prosentase
1.	Media Televisi	3	3%
2.	Internet	22	22%
3.	Brosur	8	8%
4.	Keluarga atau teman	14	14%
5.	Karyawan Bank	53	53%
	Total	100	100%

Sumber: Data Primer diolah, 2018

Data 4.9 Menunjukkan bahwa banyak dari responden (tenaga pendidik) mengenal *e-banking* dari informasi karyawan bank, dengan jumlah prosesntase sebesar 53% dan setelahnya responden banyak mengetahui layanan *e-banking* dari internet, dengan prosentase sebesar 22%. Data karakteristik respoden dalam mendapatkan informasi *e*-banking, pada tabel 4.9 menunjukkan bahwa mayoritas tenaga pendidik mendapatkan informasi layanan *e-banking* melalui karyawan bank. Prosentase paling tinggi karyawan

bank lebih dari 50%. Prosentase yang kedua yaitu tenaga pendidik mengetahui layanan *e-banking* melalui internet. Hal ini dikarenakan banyak dari tenaga pendidik febi yang merupakan praktisi di lembaga perbankan sehingga bersosialisasi mengenai kemajuan perbankan dengan tenaga-tenaga pendidik lain, dan internet merupakan sesuatu yang melekat dengan setiap orang di era milineal ini sehingga persebaran informasi menggunakan internet sangat cepat.

C. Hasil Penelitian

1. Deskripsi Variabel Penelitian

Kuesioner yang telah disebar oleh peneliti kepada responden terdiri atas 50 item pernyataan dan dibagi dalam 9 kategori, yaitu:

a. 5 (lima) pernyataan digunakan untuk mengukur *product* (X1)
b. 5 (lima) pernyataan digunakan untuk mengukur *price* (X2)
c. 5 (lima) pernyataan digunakan untuk mengukur *promotion* (X3)
d. 5 (lima) pernyataan digunakan untuk mengukur *place* (X4)
e. 5 (lima) pernyataan digunakan untuk mengukur *people* (X5)
f. 5 (lima) pernyataan digunakan untuk mengukur *physical evidence* (X6)
g. 5 (lima) pernyataan digunakan untuk mengukur *process* (X7)
h. 5 (lima) pernyataan digunakan untuk mengukur *customer service* (X8)
i. 10 (sepuluh) pernyataan digunakan untuk mengukur minat(Y)

Penelitian ini menggunakan skala *likert* dimana skala ini digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan presepsi seseorang atau sekelompok

orang tentang keadaan atau fenomena sosial. Fenomena sosial telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut dengan variable penelitian. Pemberian skor skala *likert* sebagai berikut:

a. Jawaban sangat setuju (SS) diberi skor 5
b. Jawaban setuju (S) diberi skor 4
c. Jawaban ragu-ragu (RG) diberi skor 3
d. Jawaban tidak setuju (TS) diberi skor 2
e. Jawaban sangat tidak setuju (STS) diberi skor 1

Hasil dari jawaban yang diperoleh oleh peneliti dari responden sebagaimana dipaparkan pada tabel dibawah ini:

a. *Product*

Tabel 4.10
Hasil data variabel *product*

No.	Bobot	Skor	Jumlah Jawaban	Prosentase
1.	Sangat Setuju	5	275	55%
2.	Setuju	4	191	38,2%
3.	Ragu-ragu	3	22	4,4%
4.	Tidak Setuju	2	10	2%
5.	Sangat Tidak Setuju	1	2	0,4%
	Total Jawaban		500	100%

Sumber: Data primer diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.10 diketahaui bahwa, dari 100 responden yang di temui oleh peneliti di lapangan, peneliti mendapatkan data responden pada variabel produk. Tabel tersebut menunjukkan bahwa responden yang

berpendapat sangat setuju berjumlah 275 atau 55%, pendapat setuju berjumlah 191 atau 38,2%, pendapat ragu-ragu berjumlah 22 atay 4,4%, tidak setuju berjumlah 10 atau 2% dan yang berpendapat sangat tidak setuju sebanyak 2 atau 0,4 %. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pada variable peroduk pendapat sangat setuju paling banyak.

b. *Price*

Tabel 4.11
Hasil data variabel *price*

No.	Bobot	Skor	Jumlah Jawaban	Prosentase
1.	Sangat Setuju	5	110	22%
2.	Setuju	4	268	53,6%
3.	Ragu-ragu	3	89	17,8%
4.	Tidak Setuju	2	30	6%
5.	Sangat Tidak Setuju	1	3	0,6%
	Total Jawaban		500	100%

Sumber: Data primer diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.11 diketahaui bahwa, dari 100 responden yang di temui oleh peneliti di lapangan, peneliti mendapatkan data responden pada variable *price*. Tabel tersebut menunjukkan bahwa responden yang berpendapat sangat setuju berjumlah 110 atau 22%, pendapat setuju berjumlah 268 atau 53,6%, pendapat ragu-ragu berjumlah 89 atau 17,8%, tidak setuju berjumlah 30 atau 6% dan yang berpendapat sangat tidak

setuju sebanyak 3 atau 0,6 %. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pada variable *price* pendapat setuju paling banyak.

c. *Place*

Tabel 4.12
Hasil data variabel *place*

No.	Bobot	Skor	Jumlah Jawaban	Prosentase
1.	Sangat Setuju	5	113	22,6%
2.	Setuju	4	307	61,4%
3.	Ragu-ragu	3	59	11,8%
4.	Tidak Setuju	2	16	3,2%
5.	Sangat Tidak Setuju	1	5	1%
	Total Jawaban		500	100%

Sumber: Data primer diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.12 diketahaui bahwa, dari 100 responden yang di temui oleh peneliti di lapangan, peneliti mendapatkan data responden pada variable *place*. Tabel tersebut menunjukkan bahwa responden yang berpendapat sangat setuju berjumlah 113 atau 22,6%, pendapat setuju berjumlah 307 atau 61,4%, pendapat ragu-ragu berjumlah 59 atau 11,8%, tidak setuju berjumlah 16 atau 3,2% dan yang berpendapat sangat tidak setuju sebanyak 5 atau 1%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pada variable *place* pendapat setuju paling banyak, jika di bandingkan dengan pendapat yang lain.

d. *Promotion*

Tabel 4.13
Hasil data variabel *promotion*

No.	Bobot	Skor	Jumlah Jawaban	Prosentase
1.	Sangat Setuju	5	81	16,2%
2.	Setuju	4	283	56,6%
3.	Ragu-ragu	3	98	19,6%
4.	Tidak Setuju	2	36	7,2%
5.	Sangat Tidak Setuju	1	2	0,4%
	Total Jawaban		500	100%

Sumber: Data primer diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.13 diketahaui bahwa, dari 100 responden yang di temui oleh peneliti di lapangan, peneliti mendapatkan data responden pada variable *promotion*. Tabel tersebut menunjukkan bahwa responden yang berpendapat sangat setuju berjumlah 81 atau 16,2%, pendapat setuju berjumlah 283 atau 56,6%, pendapat ragu-ragu berjumlah 98 atau 19, 6%, tidak setuju berjumlah 36 atau 7,2% dan yang berpendapat sangat tidak setuju sebanyak 2 atau 0,4 %. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pada variable *promotion* pendapat setuju paling banyak.

e. *People*

Tabel 4.14
Hasil data variabel *people*

No.	Bobot	Skor	Jumlah Jawaban	Prosentase
1.	Sangat Setuju	5	139	27,8%

2.	Setuju	4	302	60,4%
3.	Ragu-ragu	3	38	7,6%
4.	Tidak Setuju	2	17	3,4%
5.	Sangat Tidak Setuju	1	4	0,8%
	Total Jawaban		500	100%

Sumber: Data primer diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.14 diketahaui bahwa, dari 100 responden yang di temui oleh peneliti di lapangan, peneliti mendapatkan data responden pada variable *people*. Tabel tersebut menunjukkan bahwa responden yang berpendapat sangat setuju berjumlah 139 atau 27,8%, pendapat setuju berjumlah 302 atau 60,4%, pendapat ragu-ragu berjumlah 38 atau 7,6%, tidak setuju berjumlah 17 atau 3,4% dan yang berpendapat sangat tidak setuju sebanyak 4 atau 0,8%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pada variable *people* pendapat setuju paling banyak.

f. *Physical evidence*

Tabel 4.15
Hasil data variabel *physical evidence*

No.	Bobot	Skor	Jumlah Jawaban	Prosentase
1.	Sangat Setuju	5	130	26%
2.	Setuju	4	275	55%
3.	Ragu-ragu	3	71	14,2%
4.	Tidak Setuju	2	22	4,4%
5.	Sangat Tidak Setuju	1	2	0,4%

	Total Jawaban		500	100%

Sumber: Data primer diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.15 diketahaui bahwa, dari 100 responden yang di temui oleh peneliti di lapangan, peneliti mendapatkan data responden pada variable *physical evidence*. Tabel tersebut menunjukkan bahwa responden yang berpendapat sangat setuju berjumlah 130 atau 26%, pendapat setuju berjumlah 275 atau 55%, pendapat ragu-ragu berjumlah 71 atau 14,2%, tidak setuju berjumlah 22 atau 4,4% dan yang berpendapat sangat tidak setuju sebanyak 2 atau 0,4 %. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pada variable *physical evidence* pendapat setuju paling banyak.

g. Process

Tabel 4.16
Hasil data variabel *process*

No.	Bobot	Skor	Jumlah Jawaban	Prosentase
1.	Sangat Setuju	5	146	29,2%
2.	Setuju	4	317	63,4%
3.	Ragu-ragu	3	20	4%
4.	Tidak Setuju	2	17	3,4%
5.	Sangat Tidak Setuju	1	0	0%
	Total Jawaban		500	100%

Sumber: Data primer diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.16 diketahaui bahwa, dari 100 responden yang di temui oleh peneliti di lapangan, peneliti mendapatkan data responden pada

variable *process*. Tabel tersebut menunjukkan bahwa responden yang berpendapat sangat setuju berjumlah 146 atau 29,2%, pendapat setuju berjumlah 317 atau 63,4%, pendapat ragu-ragu berjumlah 20 atau 4%, tidak setuju berjumlah 17 atau 3,4% dan yang berpendapat sangat tidak setuju sebanyak 0 atau 0%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pada variable *process* pendapat setuju paling banyak.

h. *Customer service*

Tabel 4.17
Hasil data variabel *Customer service*

No.	Bobot	Skor	Jumlah Jawaban	Prosentase
1.	Sangat Setuju	5	85	17%
2.	Setuju	4	323	64,6%
3.	Ragu-ragu	3	58	11,6%
4.	Tidak Setuju	2	29	5,8%
5.	Sangat Tidak Setuju	1	5	1%
	Total Jawaban		500	100%

Sumber: Data primer diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.17 diketahaui bahwa, dari 100 responden yang di temui oleh peneliti di lapangan, peneliti mendapatkan data responden pada variable *Customer service*. Tabel tersebut menunjukkan bahwa responden yang berpendapat sangat setuju berjumlah 85 atau 17%, pendapat setuju berjumlah 323 atau 64,6%, pendapat ragu-ragu berjumlah 58 atau 11,6%, tidak setuju berjumlah 29 atau 5,8% dan yang berpendapat sangat tidak

setuju sebanyak 5 atau 1%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pada variable *physical evidence* pendapat setuju paling banyak.

i. Minat

Tabel 4.18
Hasil data variabel Minat

No.	Bobot	Skor	Jumlah Jawaban	Prosentase
1.	Sangat Setuju	5	253	25,3%
2.	Setuju	4	649	64,9%
3.	Ragu-ragu	3	75	7,5%
4.	Tidak Setuju	2	21	2,1%
5.	Sangat Tidak Setuju	1	2	0,2%
	Total Jawaban		1000	100%

Sumber: Data primer diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.18 diketahaui bahwa, dari 100 responden yang di temui oleh peneliti di lapangan, peneliti mendapatkan data responden pada variable Minat. Tabel tersebut menunjukkan bahwa responden yang berpendapat sangat setuju berjumlah 253 atau 25,3%, pendapat setuju berjumlah 649 atau 64,9%, pendapat ragu-ragu berjumlah 75 atau 7,5%, tidak setuju berjumlah 21 atau 2,1% dan yang berpendapat sangat tidak setuju sebanyak 2 atau 0,2%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pada variable minatpendapat setuju paling banyak, dibandingkan dengan pendapat yang lain.

D. Hasil Analisis dengan *Partial Least Square 3.2.7*

Penelitian ini diuji dengan menggunakan *Partial Least Square* (PLS) dengan aplikasi *SmartPLS 3.2.7*. PLS dapat digunakan untuk menganalisis

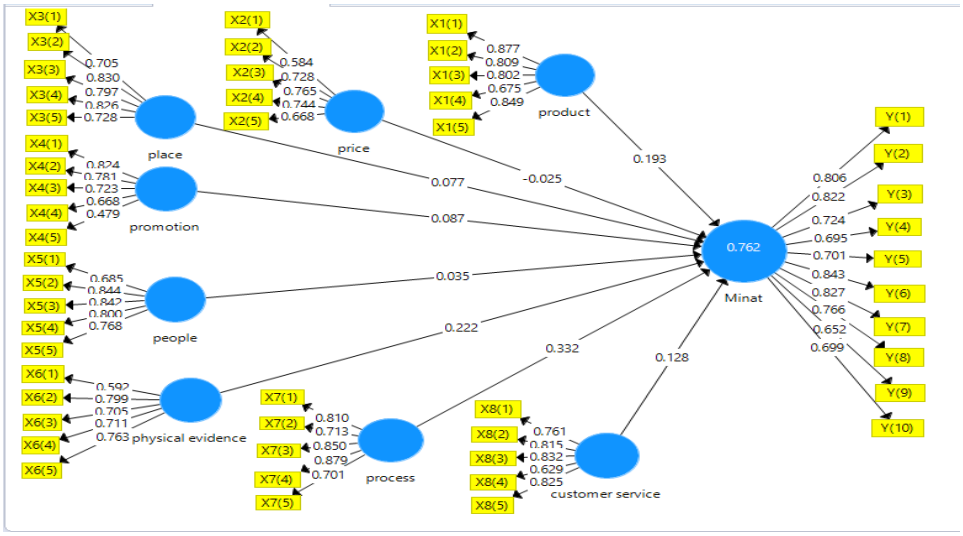
hubungan dalam setiap variabel laten. Berikut hasil pengujian penelitian ini menggunakan analisis PLS:

1. Model Pengukuran (*Outer Model*)

a. *Convergent Validity*

Convergent validity dari *outer model* dengan refleksif indikator korelasi antara skor indikator dengan skor konstruknya. Indikator dianggap valid jika memiliki nilai korelasi diatas 0,50. *Output* korelasi antar indikator terlihat pada gambar 4.1.

Gambar 4.1
Outer Model

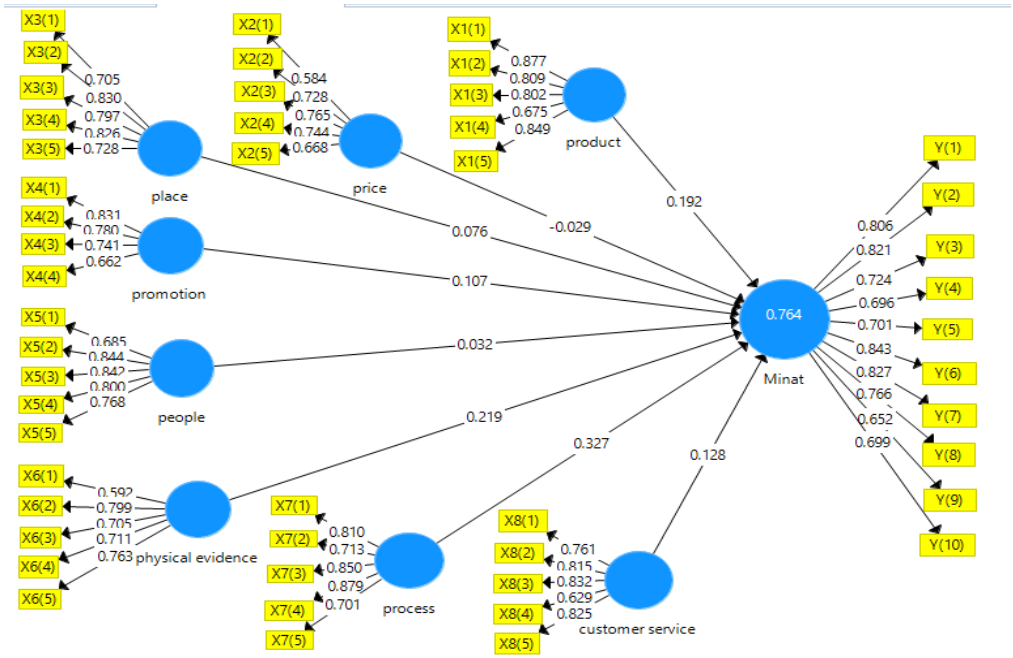


Sumber: Output Smart PLS 3.0, data primer diolah 2018

Pada gambar 4.1 *outer loading* menunjukkan hasil diatas 0,50 maka dapat dikatakan variable yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *maketing mix* valid atau layak digunakan dalam kuesioner dan mampu mengungkapkan objek yang akan diukur. Namun, terdapat salah satu indikator yang belum memenuhhi

kriteria *convergent validity* pada indikator X4 (5) hanya sebesar 0,479, sehingga perlu restimasi model konstruk awal dengan cara membuang indikator yang masuk dalam kategori *convergent validity* yang memiliki nilai dibawah 0,50. Berikut hasil *outer loading* setelah di re-estimasi:

Gambar 4.2
Outer Model Re-estimasi



Sumber: Output Smart PLS 3.0, data primer diolah 2018

Pada gambar 4.2 seluruh indikator memiliki nilai *loading factor* diatas 0,50 dengan menghilangkan salah satu indikator dari variabel *promotion* yang memiliki nilai kurang dari 0,50. Sehingga hasil tersebut telah memenuhi kriteria *goodness-of fit* sehingga model penelitian ini data dianalisis lebih lanjut.

b. *Discriminant Validity*

Discriminant Validity indikator dapat dilihat pada *cross loading* antara indikator dengan konstruknya, berikut ini *output SmartPLS*:

Tabel 4.19
Output Crossloading

	Product	*Price*	*Place*	*Promotion*	*People*	*Physical Evidence*	*Process*	*Customer Service*	Minat
X1(1)	**0.877**	0,458	0,489	0,360	0,550	0,411	0,442	0,386	0,497
X1(2)	**0,809**	0,394	0,428	0,378	0,570	0,405	0,328	0,296	0,502
X1(3)	**0,802**	0,434	0,527	0,342	0,507	0,463	0,460	0,421	0,574
X1(4)	**0,675**	0,486	0,336	0,462	0,320	0,515	0,390	0,296	0,423
X1(5)	**0,849**	0,486	0,453	0,464	0,54	0,510	0,410	0,375	0,547
X2(1)	0,217	**0.584**	0,183	0,324	0,125	0,345	0,323	0,179	0,291
X2(2)	0,544	**0,728**	0,497	0,553	0,359	0,495	0,481	0,386	0,566
X2(3)	0,347	**0,765**	0,267	0,498	0,239	0,466	0,460	0,334	0,319
X2(4)	0,386	**0,744**	0,321	0,357	0,352	0,383	0,398	0,305	0,372
X2(5)	0,348	**0,668**	0,422	0,371	0,248	0,433	0,369	0,355	0,385
X3(1)	0,332	0,481	**0,705**	0,456	0,320	0,429	0,400	0,387	0,449
X3(2)	0,410	0,412	**0,830**	0,359	0,428	0,473	0,387	0,518	0,480
X3(3)	0,393	0,361	**0,797**	0,314	0,479	0,462	0,439	0,548	0,477
X3(4)	0,478	0,397	**0,826**	0,392	0,544	0,657	0,567	0,508	0,577
X3(5)	0,536	0,368	**0,728**	0,548	0,569	0,544	0,514	0,534	0,599
X4(1)	0,397	0,430	0,521	**0,831**	0,443	0,541	0,547	0,466	0,581
X4(2)	0,298	0,445	0,373	**0,780**	0,261	0,378	0,420	0,242	0,457
X4(3)	0,324	0,515	0,329	**0,741**	0,332	0,468	0,537	0,379	0,458
X4(4)	0,475	0,498	0,381	**0,662**	0,504	0,462	0,465	0,342	0,547
X5(1)	0,437	0,323	0,471	0,402	**0,685**	0,471	0,339	0,365	0,381
X5(2)	0,500	0,238	0,490	0,301	**0,844**	0,512	0,427	0,484	0,540
X5(3)	0,475	0,307	0,460	0,402	**0,842**	0,511	0,402	0,440	0,490
X5(4)	0,409	0,348	0,478	0,498	**0,800**	0,526	0,388	0,482	0,497
X5(5)	0,603	0,364	0,552	0,431	**0,768**	0,604	0,540	0,619	0,596
X6(1)	0,377	0,346	0,516	0,491	0,518	**0,592**	0,489	0,559	0,564
X6(2)	0,435	0,462	0,460	0,547	0,489	**0,799**	0,598	0,400	0,668
X6(3)	0,427	0,430	0,525	0,418	0,540	**0,705**	0,574	0,421	0,527

X6(4)	0,393	0,477	0,410	0,356	0,347	**0,711**	0,550	0,523	0,509
X6(5)	0,408	0,497	0,488	0,363	0,492	**0,763**	0.567	0,538	0,533
X7(1)	0,364	0,461	0,360	0,629	0,427	0,609	**0,810**	0,438	0,570
X7(2)	0,469	0,468	0,461	0,429	0,456	0,623	**0,713**	0,518	0,557
X7(3)	0,353	0,462	0,437	0,503	0,421	0,591	**0,850**	0,477	0,641
X7(4)	0,427	0,500	0,566	0,569	0,493	0,712	**0,879**	0,516	0,736
X7(5)	0,381	0,435	0,549	0,462	0,339	0,538	**0,701**	0,506	0,602
X8(1)	0,363	0,509	0,487	0,518	0,422	0,576	0,573	**0,761**	0,626
X8(2)	0,384	0,291	0,533	0,221	0,579	0,501	0,425	**0,815**	0,447
X8(3)	0,416	0,389	0,580	0,408	0,599	0,571	0,484	**0,832**	0,587
X8(4)	0,212	0,342	0,358	0,381	0,355	0,458	0,374	**0,629**	0,302
X8(5)	0,307	0,231	0,512	0,306	0,424	0,501	0,495	**0,825**	0,536
Y (1)	0,500	0,467	0,554	0,528	0,589	0,645	0,560	0,547	**0,806**
Y (2)	0,517	0,456	0,561	0,489	0,486	0,607	0,601	0,511	**0,821**
Y (3)	0,374	0,427	0,359	0,370	0,518	0,458	0,578	0,421	**0,724**
Y (4)	0,384	0,442	0,397	0,626	0,385	0,624	0,649	0,432	**0,696**
Y (5)	0,529	0,359	0,524	0,418	0,420	0,590	0,619	0,641	**0,701**
Y (6)	0,538	0,444	0,493	0,423	0,537	0,666	0,622	0,556	**0,843**
Y (7)	0,500	0,535	0,576	0,546	0,552	0,624	0,617	0,470	**0,827**
Y (8)	0,442	0,438	0,565	0,583	0,460	0,602	0.589	0,556	**0,766**
Y (9)	0,473	0,393	0,491	0,431	0,520	0,548	0,558	0,418	**0,652**
Y (10)	0,530	0,443	0,533	0,492	0,489	0,570	0,556	0,473	**0,699**

Sumber: Output Smart PLS 3.0, data primer diolah 2018

*Discriminant validity*adalah untuk melihat dna membandingkan nilai antara *discriminant validity* dan *square root of average extracted* (AVE). Jika nilai akar kuadrat AVE setiap konstruk lebih besar dari pada nilai korelasi antar konnstruk lainnya dalam model, maka dapat dikatakan bahwa memiliki nilai *discrimant validity* yang baik dan untuk nilai AVE yang diharapka

adalah >0,5.[7] Tabel 4.19 menunjukkan bahwa korelasi masing-masing konstruk dengan indikatornya lebih tinggi dibandingkan korelasi antara indikator yang bukan onstruknya. Hal ini menunjukkan bahwa konstruk laten mempresiksi indikator pada bloknya lebih baik dibandingkan dengan indikator di blok lainnya.

c. Uji *Average Variace Extraxted* (AVE), *composite realibility* dan *cronbach alpha*

Uji lainnya yang harus dilakukan adalah menilai validitas dari konstruk dengan melihat *Average Variace Extraxted* (AVE). Syarat dari model konstruk yang baik adalah dengan jika AVE masing-masing konstruk >0,50. Uji reliabilitas konstruknya juga dilakukan dengan cara menguku kriteria yaitu dengan *composite realibility* dan *cronbach alpha* dari blok insikator yang mengukur konstruk. Konstruk dinyatakan reliabel jika nilai *composite reliability* maupun *cronbach alpha* diatas 0,70.

[7]Ananda Sabil Husein, *Penelitian Bisnis dan Manajemen Menggunakan Partial Least Squares (PLS) dengan smartPLS 3.0,* (Universitas Brawijaya: Modul Ajar, 2015), hal.19-20

Tabel 4.20
Construct Reliability and Validity

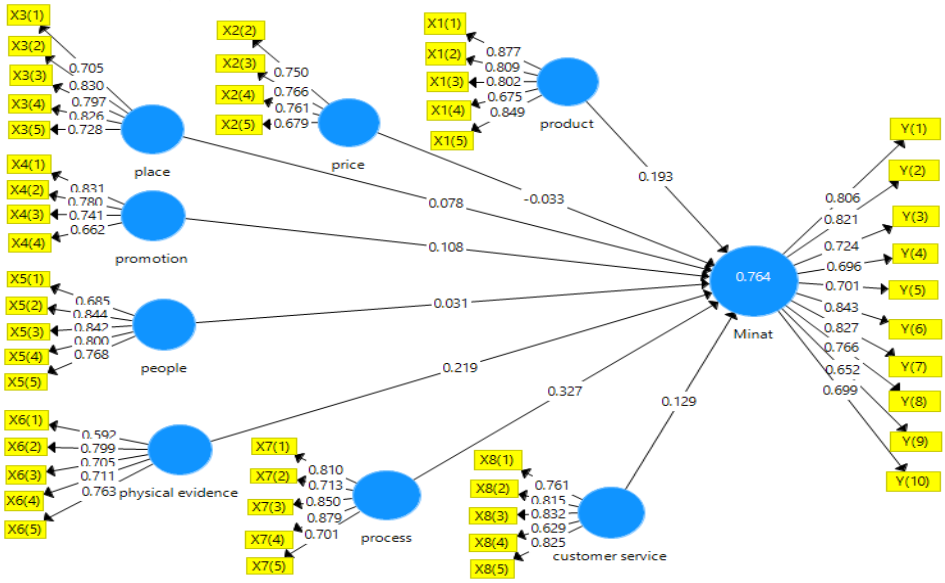
	Cronbach's Al...	rho_A	Composite Rel...	Average Variance Extracted (AVE)
Minat	0.915	0.917	0.930	0.572
customer service	0.836	0.858	0.882	0.602
people	0.849	0.860	0.892	0.625
physical eviden...	0.760	0.767	0.840	0.514
place	0.837	0.843	0.885	0.607
price	0.745	0.767	0.827	0.491
process	0.851	0.861	0.894	0.630
product	0.862	0.870	0.901	0.648
promotion	0.748	0.760	0.841	0.572

Sumber: Output Smart PLS 3.0, data primer diolah 2018

Berdasarkan dari hasil tabel 4.20 menunjukkan bahwa, uji validitas nilai AVE 8 konstruk memiliki nilai AVE > 0,50 dan satu konstruk mempunyai nilai dibawah 0,50 yaitu 0,491 sehingga masih kurang dari persyaratan. Hasil dari ouput *composite realibility* dan *cronbach alpha* dari semua konstruk yaitu > 0,70 sehingga dapat disimplkan bahwa konstruk memiliki reliabilitas yang baik. Untuk menaikkan nilai AVE agar sesuai dapat dilanjutnya untuk uji selanjutnya maka akan dilakukan pengurangan indikator dengan nilai yang paling rendah.

Berikut hasil model re-estimasi PLS dalam penelitian ini:

Gambar 4.3
Outer Model Re-estimasi



Berikut tabel *Construct Reliability and Validity* setelah *outer Model* di Re-estimasi:

Tabel 4.21
Construct Reliability and Validity

Minat	0.915	0.917	0.930	0.572
customer service	0.836	0.858	0.882	0.602
people	0.849	0.860	0.892	0.625
physical eviden...	0.760	0.767	0.840	0.514
place	0.837	0.843	0.885	0.607
price	0.733	0.748	0.828	0.547
process	0.851	0.861	0.894	0.630
product	0.862	0.870	0.901	0.648
promotion	0.748	0.760	0.841	0.572

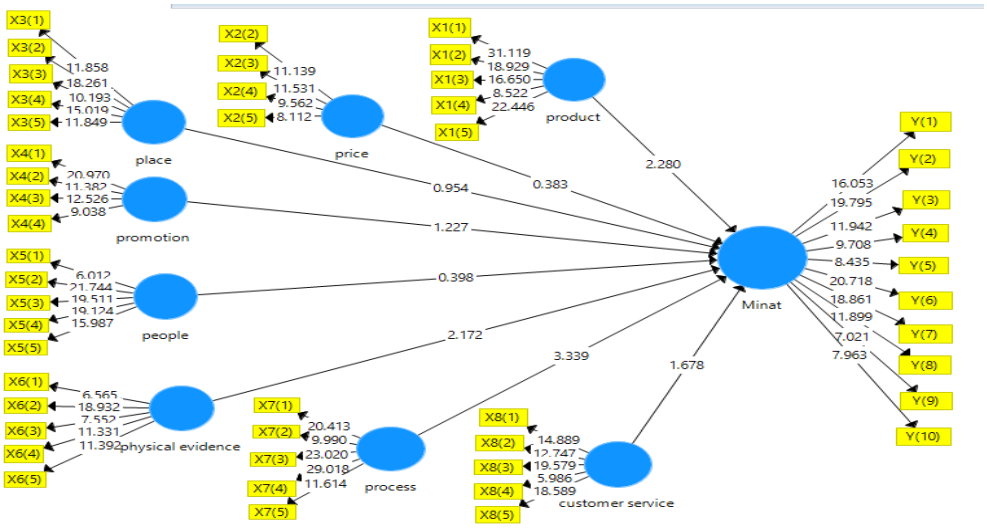
Berdasarkan sajian data dari tabel 4.21 di atas, diketahui bahwa nilai AVE seluruh variabel > 0,5. Hal ini menyatakan bahwa setiap variabel telah

mimiliki *discriminant validity* yang baik, dan telah memanuhi harapan, sehingga dapat dilanjutkan untuk pengujian selanjutnya.

2. Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)

Inner Model bertujuan untuk memprediksi hubungan anatara variael laten. *Inner Model* dievaluasi dengan melihat besarnya presentase *variance* yang dijelaskan dengan melihat *R-Square* untuk konstruk laten endogen, tes untuk menguji *predictive relevance* dan *average variance extracted* untuk *predictivenness* dengan menggunakan prosedur resempling seperti *jackknifing* dan *bootstrapping* untuk memperoleh stabilitas dan estimasi. Berikut hasil analisis model yang telah uji *bootstrapping*:

Gambar 4.5
Hasil *bootstrapping*



Sumber: Output Smart PLS 3.0, data primer diolah 2018

Gambar 4.5 diatas menujukkan hasi dari model yng sudah diuji dengan menggunakan *boostrapping*. Pada evaluasi model ini akan menguji model

dengan uji *path coefficient* dan uji hipotesis. Inner model dalam PLS dievaluasi dengan metode R^2 pada konstruk dependen dan nilai *t-value* atau *Path Coefficiens* guna mengetahui signifikan antar konstruk. Evaluasi *path coefficient* digunakan untuk menunjukkan seberapa kuat efek atau pengaruh variabel independen kepada variabel dependen. Sedangkan *coefficient determination* (*R-Square*) digunakan untuk mengukur, seberapa banyak variabel endogen dipengaruhi oleh variabel lainnya. Chin menyebutkan hasil *R-Square* sebesar 0,75 – 0,67 ke atas menunjukkan model kuat, Sedangkan jika hasilnya sebesar 0,33 – 0,67 maka termasuk dalam kategori moderat, dan jika hasilnya sebesar 0,19 – 0,33 maka termasuk dalam kategori lemah.[8]

a. Hasil Analisis *R-Square* (R^2)

Berdasarkan hasil pengolahan menggunakan aplikasi PLS, menghasilkan nilai koefisien determasi sebagai berikut:

Tabel 4.22
R-Square

	R Square	R Square Adjus...
Minat	0.764	0.743

Sumber: Output Smart PLS 3.0, data primer diolah 2018

Berdasarkan tabel 4.22 menjelaskkan bahwa nilai *R-Square* untuk variabel minat adalah 0,764. Nilai tersebut dapat menjelaskan bahwa

[8]Imam Al Gghazali dan Hengky Latan, *Partial Least Square Konsep Teknik dan Aplikasi edisi 2*, (Semarang: UNDIP, 2014), hal. 81

prosentase minat dapat dijelaskan oleh *marketing mix* sebesar 76,4%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model pengaruh *marketing mix* terhadap minat sangat kuat.

3. Uji Hipotesis

Berdasarkan olah data yang telah dilakukan, hasil dapat digunakan untuk menjawab hipotesis pada penelitian ini. Uji hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan milhat nilai *t-statistics* dan nilai *p-value*. Pengaruh antar variabel signifikan jika nilai t hitung lebih besari dari (t-tabel signifikan 5%) 1,96. Hipotesis dapat dinyatakan diterima apabila nilai *P-Value <0,05.*

Tabel 4.23
Path Coefficients

	Original Sampl...	Sample Mean (M)	Standard Deviati...	T Statistics (|O/S...	P Values
customer servi...	0.129	0.141	0.077	1.678	0.094
people -> Minat	0.031	0.023	0.079	0.398	0.691
physical eviden...	0.219	0.229	0.101	2.172	0.030
place -> Minat	0.078	0.073	0.081	0.954	0.340
price -> Minat	-0.033	-0.013	0.087	0.383	0.702
process -> Minat	0.327	0.313	0.098	3.339	0.001
product -> Mi...	0.193	0.180	0.085	2.280	0.023
promotion -> ...	0.108	0.112	0.088	1.227	0.220

Sumber: Output Smart PLS 3.0, data primer diolah 2018

Berdasarkan tabel diatas maka dapa ditarik kesimpulan dari analisi pengaruh *marketing mix* terhadap minat sebagai berikut:

1) H_1 (*product*)

   Hasil koefisien parameter 0,193, nilai t-statistik 2,280, dan nilai *p-value* 0,023 atau < 0,05. H_1diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa *product* berpengaruh terhadap minat tenaga pendidik untuk menggunakan layanan *e-banking*.

2) H_2 (*price*)

   Hasil koefisien parameter -0,033, nilai t-statistik 0,383, dan nilai *p-value* 0,702 atau > 0,05. H_2ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa *price* tidak berpengaruh terhadap minat tenaga pendidik untuk menggunakan layanan *e-banking.*

3) H_3 (*place*)

   Hasil koefisien parameter 0,078, nilai t-statistik 0,954, dan nilai *p-value* 0,340 atau > 0,05. H_3ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa *place* tidak berpengaruh terhadap minat tenaga pendidik untuk menggunakan layanan *e-banking*.

4) H_4 (*promotion*)

   Hasil koefisien parameter 0,108, nilai t-statistik 1,227, dan nilai *p-value* 0,220 atau > 0,05. H_4ditolaksehingga dapat disimpulkan bahwa *promotion* tidak berpengaruh terhadap minat tenaga pendidik untuk menggunakan layanan *e-banking*.

5) H_5 (*people*)

Hasil koefisien parameter 0,031, nilai t-statistik 0,398, dan nilai *p-value* 0,691 atau > 0,05. H_5ditolaksehingga dapat disimpulkan bahwa *people* tidak berpengaruh terhadap minat tenaga pendidik untuk menggunakan layanan *e-banking.*

6) H_6 (*physical evidence*)

Hasil koefisien parameter 0,219, nilai t-statistik 2,172, dan nilai *p-value* 0,030 atau < 0,05. Sehingga H_6diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa *physical evidence* berpengaruh terhadap minat tenaga pendidik untuk menggunakan layanan *e-banking*.

7) H_7 (*process*)

Hasil koefisien parameter 0,327, nilai t-statistik 3,339, dan nilai *p-value* 0,001 atau < 0,05. H_7diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa *process* berpengaruh terhadap minat tenaga pendidik untuk menggunakan layanan *e-banking*.

8) H_8(*customer service*)

Hasil koefisien parameter 0,129, nilai t-statistik 1,678, dan nilai *p-value* 0,094 atau > 0,05. H_8 ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa *customer service* tidak berpengaruh terhadap minat tenaga pendidik untuk menggunakan layanan *e-banking.*