

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Objek Penelitian

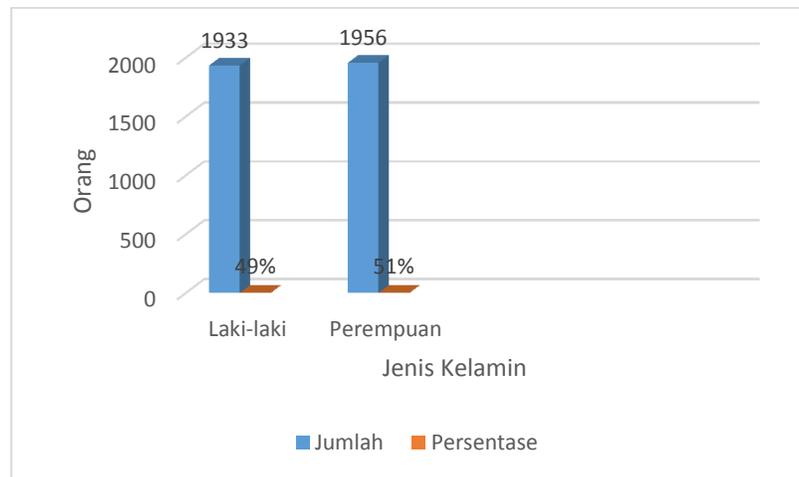
1. Letak Geografis Desa Moyoketen

Moyoketen merupakan desa yang berada di wilayah Kecamatan Boyolangu, Kabupaten Tulungagung. Jarak desa Moyoketen dengan kantor kecamatan sekitar 6 Km dan jarak dengan kantor kabupaten sekitar 4 km. Apabila ukuran dari permukaan laut maka posisi desa Moyoketen berada di ketinggian antara 85 – 90 meter diatas permukaan laut, dengan batas-batas wilayah sebagai berikut:

- a. Sebelah Utara : Desa Gedangsewu
- b. Sebelah Timur : Desa Sobontoro
- c. Sebelah Selatan : Desa Waung
- d. Sebelah Barat : Sungai Ngrowo

Wilayah desa Moyoketen terbagi menjadi 2 Dusun yaitu Dusun Moyoketen dan Dusun Pacet, dimana terdapat 4 Rukun Warga dan 12 Rukun Tetangga.

Gambar 4.1
Jumlah Penduduk di Desa Moyoketen Kecamatan Boyolangu Kabupaten
Tulungagung



Sumber : Data primer diolah, 2020

Berdasarkan diagram tabel diatas dapat diketahui bahwa jumlah penduduk di desa Moyoketen sebanyak 3.889 orang dengan jumlah laki-laki sebanyak 1933 dengan persentase 49% dan jumlah perempuan sebanyak 1956 dengan persentase 51%.

2. Sejarah Desa Moyoketen

Para sesepuh dan tokoh masyarakat menuturkan berdasarkan cerita dari nenek moyang yang telah diceritakan secara turun temurun bahwa Desa Moyoketen terbentuk menjadi desa sejak tahun 924 dengan Kepala Desa pertama bernama Bapak Moyokromo yang anak keturunannya saat ini sudah tidak ada yang masih berada di Desa Moyoketen. Selanjutnya Kepala Desa berikutnya secara bergilir masing-masing adalah:

- a. Nama : Moyokromo
Menjabat tahun : 924
- b. Nama : Sadar
Menjabat tahun : 1842 – 1914
- c. Nama : Wonosuro
Menjabat tahun : 1915 – 1939
- d. Nama : Kromowigi
Menjabat tahun : 1940 – 1951
- e. Nama : Muridi
Menjabat tahun : 1951 – 1953
- f. Nama : Sardjono
Menjabat tahun : 1953 – 1962
- g. Nama : Museri
Menjabat tahun : 1962 – 1980
- h. Nama : Wardini
Menjabat tahun : 1980 – 1990
- i. Nama : Suwandioso
Menjabat tahun : 1990 - 2006
- j. Nama : Joko Sinung
Menjabat tahun : 2006 – 2013
- k. Nama : H. Sunyoto

Menjabat tahun : 2013 sampai sekarang

Dari mulai berdirinya menjadi sebuah desa yang diakui oleh pemerintah dari waktu ke waktu terus mengalami peningkatan walaupun belum sampai pada pemenuhan kebutuhan dasar, sehingga kepada Pemerintah Desa bersama masyarakat dan tokoh-tokoh yang ada di Desa Moyoketen mempunyai kewajiban untuk menghargai pendiri desa dengan melanjutkan membangun bersama-sama, saling bantu membahu dengan semangat kegotong-royongan untuk mewujudkan kesejahteraan bersama.

3. Visi Dan Misi Desa Moyoketen

a. Visi

Terwujudnya Kesejahteraan Dan Kemakmuran Masyarakat Desa Moyoketen Melalui Semangat Ayem Tentrem Mulyo Lan Tinoto Mbangun Deso

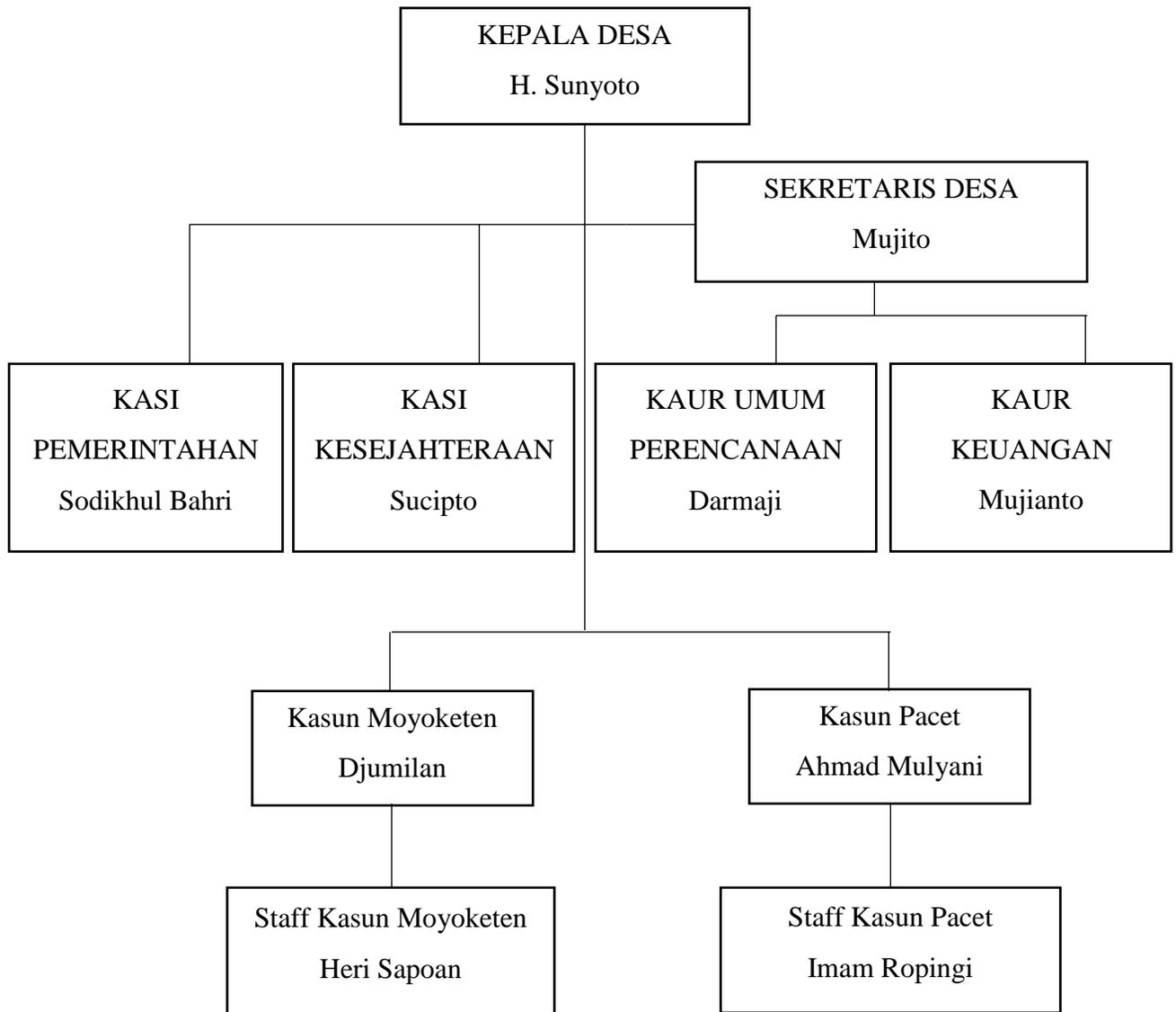
b. Misi

- 1) Mewujudkan dan mengembangkan kegiatan keagamaan untuk menambah keimanan dan ketaqwaan kepada Tuhan Yang Maha Esa.
- 2) Meningkatkan sumber daya manusia aparatur Pemerintah Desa sehingga dapat menjalankan tugas dan fungsinya secara optimal untuk meningkatkan pelayanan kepada masyarakat.
- 3) Meningkatkan peran lembaga keuangan desa dalam pengelolaan asset desa untuk meningkatkan pendapatan asli desa.

- 4) Membangun dan mendorong majunya bidang pendidikan baik formal maupun informal sehingga mampu menghasilkan insan intelektual, inovatif dan entrepreneur (wirausahawan) untuk mewujudkan kemandirian masyarakat.
- 5) Meningkatkan peran posyandu dan kader dalam meningkatkan derajat kesehatan masyarakat.
- 6) Membangun dan mendorong tumbuhnya usaha ekonomi produktif melalui pokmas dengan memanfaatkan sumber daya alam dalam upaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat.
- 7) Membangun dan meningkatkan hasil pertanian dengan jalan penataan pengairan, perbaikan jalan sawah / jalan usaha tani, pemupukan, dan pola tanam yang baik dengan mengoptimalkan peran Kelompok Tani dan HIPPA untuk memfasilitasi kebutuhan petani.
- 8) Meningkatkan sarana dan prasarana infrastruktur yang memadai untuk mendukung pertumbuhan perekonomian masyarakat.
- 9) Meningkatkan peran lembaga-lembaga desa dan kader pemberdayaan untuk mewujudkan semangat kegotong-royongan masyarakat sebagai wujud partisipasi dalam pembangunan.
- 10) Melestarikan Lingkungan Hidup dengan memanfaatkan lahan dengan tanaman produktif yang dapat meningkatkan perekonomian masyarakat.

4. Struktur Organisasi Desa Moyoketen

Gambar 4.2
Struktur Organisasi Desa Moyoketen



B. Deskripsi Data

1. Deskripsi Karakter Responden

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian. Dengan mengajukan angket/kuesioner ke 40 responden masyarakat di Desa Moyoketen Kecamatan Boyolangu Kabupaten Tulungagung yang bertindak sebagai sampel. Angket/kuesioner yang dibagikan terdiri dari 4 variabel yaitu promosi (X_1), produk (X_2), pelayanan (X_3), dan minat masyarakat (Y). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat di Desa Moyoketen Kecamatan Boyolangu Kabupaten Tulungagung.

Untuk mempermudah dalam mengidentifikasi responden dalam penelitian ini. Maka, terlebih dahulu peneliti akan menjelaskan mengenai data-data responden yang digunakan sebagai sampel yang diambil dari masyarakat di Desa Moyoketen Kecamatan Boyolangu Kabupaten Tulungagung.

a. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
1.	Laki-laki	12	30%
2.	Perempuan	28	70%
Total		40	100%

Sumber : Data primer diolah, 2020

Dari tabel 4.1 di atas dapat diketahui bahwa dari 40 responden, jumlah responden yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 12 orang dan jumlah responden berjenis kelamin perempuan sebanyak 28 orang. Jadi, dapat disimpulkan bahwa yang paling banyak menjadi responden dalam penelitian ini adalah nasabah berjenis kelamin perempuan.

b. Karakteristik Berdasarkan Usia

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No.	Usia	Jumlah	Persentase (100%)
1.	20 – 30 tahun	12	30%
2.	31 – 40 tahun	16	40%
3.	41 – 50 tahun	10	25%
4.	> 50 tahun	2	5%
Total		40	100%

Sumber : Data primer diolah, 2020

Dari tabel 4.2 di atas dapat diketahui bahwa dari 40 responden, jumlah responden yang berusia 20 tahun – 30 tahun sebanyak 12 orang, jumlah responden yang berusia 31 tahun – 40 tahun sebanyak 16 orang, jumlah responden yang berusia 41 tahun – 50 tahun sebanyak 10 orang, dan jumlah responden yang berusia lebih dari 50 tahun sebanyak 2 orang. Jadi, dapat disimpulkan bahwa yang paling banyak menjadi responden dalam penelitian ini adalah nasabah dengan usia 31 tahun – 40 tahun.

c. Karakteristik Berdasarkan Pendidikan

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

No.	Pendidikan Terakhir	Jumlah	Persentase (100%)
1.	SD	8	20%
2.	SMP	5	12,5%
3.	SMA	14	35%
4.	Diploma (D3)	2	5%
5.	Sarjana	11	27,5%
Total		40	100%

Sumber : Data primer diolah, 2020

Dari tabel 4.3 di atas dapat diketahui bahwa dari 40 responden, jumlah responden yang berpendidikan SD sebanyak 8 orang, jumlah responden yang berpendidikan SMP sebanyak 5 orang, jumlah responden yang berpendidikan SMA sebanyak 14 orang, jumlah responden yang berpendidikan Diploma (D3) sebanyak 2 orang dan jumlah responden yang berpendidikan Sarjana sebanyak 11 orang. Jadi, dapat disimpulkan bahwa yang paling banyak menjadi responden dalam penelitian ini adalah nasabah dengan pendidikan SMA.

d. Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No.	Pekerjaan	Jumlah	Persentase (100%)
1.	PNS	6	15%
2.	Pegawai Swasta	4	10%
3.	Wiraswasta	20	50%
4.	Pelajar/Mahasiswa	8	20%

5.	Lainnya	2	5%
Total		40	100%

Sumber : Data primer diolah, 2020

Dari tabel 4.4 di atas dapat disimpulkan bahwa dari 40 responden, jumlah responden yang bekerja sebagai PNS sebanyak 6 orang, jumlah responden yang bekerja sebagai pegawai swasta sebanyak 4 orang, jumlah responden yang bekerja sebagai wiraswasta sebanyak 20 orang, jumlah responden yang bekerja sebagai pelajar/mahasiswa sebanyak 8 orang, dan jumlah responden yang bekerja selain dibidang tersebut sebanyak 2 orang. Jadi, dapat disimpulkan bahwa yang paling banyak menjadi responden dalam penelitian ini adalah nasabah yang bekerja sebagai wiraswasta.

e. Karakteristik Berdasarkan Jenis Rekening Bank Syariah Responden

Tabel 4.5
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Rekening Bank Syariah Responden

No.	Jenis Rekening Bank Syariah Responden	Jumlah	Persentase (100%)
1.	BNI Syariah	16	40%
2.	BRI Syariah	14	35%
3.	Bank Syariah Mandiri	2	5%
4.	Bank Muamalat Indonesia	6	15%
5.	Bank Jatim Syariah	2	5%
Total		40	100%

Sumber : Data primer diolah, 2020

Dari tabel 4.5 di atas dapat disimpulkan bahwa dari 40 responden, jumlah responden yang memiliki rekening BNI Syariah sebanyak 16

orang, jumlah responden yang memiliki rekening BRI Syariah sebanyak 14 orang, jumlah responden yang memiliki rekening Bank Syariah Mandiri sebanyak 2 orang, jumlah responden yang memiliki rekening Bank Muamalat Indonesia sebanyak 6 orang, dan jumlah responden yang memiliki rekening Bank Jatim Syariah sebanyak 2 orang. Jadi, dapat disimpulkan bahwa jenis rekening yang paling banyak dimiliki oleh responden adalah rekening BNI Syariah.

f. Karakteristik Berdasarkan Nasabah Bank Konvensional

Tabel 4.6
Karakteristik Responden Berdasarkan Nasabah Bank Konvensional

No.	Nasabah Bank Konvensional	Jumlah	Persentase (100%)
1.	Nasabah	35	87,5%
2.	Bukan Nasabah	5	12,5%
Total		40	100%

Sumber : Data primer diolah, 2020

Dari tabel 4.6 di atas dapat disimpulkan bahwa dari 40 responden, jumlah responden yang memiliki rekening bank konvensional sebanyak 35 orang dan jumlah responden yang tidak memiliki rekening bank konvensional sebanyak 5 orang. Jadi, dapat disimpulkan bahwa masih banyak masyarakat yang juga memiliki dan menjadi nasabah bank konvensional.

g. Karakteristik Berdasarkan Alasan Masih Menjadi Nasabah Bank Konvensional

Tabel 4.7
Karakteristik Responden Berdasarkan Alasan Masih Menjadi
Nasabah Bank Konvensional

No.	Alasan	Jumlah	Persentase (100%)
1.	Kebutuhan/Fasilitas Pekerjaan	17	42,5%
2.	Fasilitas ATM-nya Lebih luas	9	22,5%
3.	ATM/sarananya lebih banyak	6	15%
4.	Tidak Pakai	5	12,5%
5.	Lain-lain	3	7,5%
Total		40	100%

Sumber : Data primer diolah, 2020

Dari tabel 4.7 di atas dapat disimpulkan bahwa dari 40 responden, jumlah responden yang masih menjadi nasabah bank konvensional dengan alasan kebutuhan/fasilitas pekerjaan sebanyak 17 orang, jumlah responden yang masih menjadi nasabah bank konvensional dengan alasan fasilitas ATM-nya lebih luas sebanyak 9 orang, jumlah responden yang masih menjadi nasabah bank konvensional dengan alasan ATM/sarananya lebih banyak sebanyak 6 orang, jumlah responden yang sudah tidak memaki bank konvensional sebanyak 5 orang dan jumlah responden yang masih menjadi nasabah bank konvensional dengan alasan lainnya sebanyak 3 orang. Jadi, dapat disimpulkan bahwa alasan masih menjadi nasabah bank konvensional yang paling banyak adalah karena kebutuhan / fasilitas pekerjaan.

2. Deskripsi Variabel

Dalam penelitian ini terdapat 3 variabel bebas yaitu promosi (X_1), produk (X_2), pelayanan (X_3), dan variabel terikat adalah minat masyarakat memilih bank syariah (Y) di Desa Moyoketen Kecamatan Boyolangu kabupaten Tulungagung. Dari empat variabel tersebut disusunlah angket penelitian dan disebarakan kepada 40 responden yang terdiri atas 34 pertanyaan yang dibagi menjadi 4 kategori yaitu:

- a. 8 pernyataan digunakan untuk mengukur variabel promosi (X_1)
- b. 8 pernyataan digunakan untuk mengukur variabel produk (X_2)
- c. 10 pernyataan digunakan untuk mengukur variabel pelayanan (X_3)
- d. 8 pernyataan digunakan untuk mengukur variabel minat (Y).

Berikut merupakan deskripsi setiap variabel dalam penelitian ini :

- a. Deskripsi variabel X_1 (Promosi)

- 1) Indikator variabel promosi/ periklanan (Advertising) ($X_{1.1}$)

Tabel 4.8
Tabel Frekuensi Jawaban Indikator $X_{1.1.1}$

No.	Jawaban	Skor	Frekuensi	Persentase (100%)	Total Skor
1.	Sangat Setuju (SS)	5	15	37,5%	75
2.	Setuju (S)	4	19	47,5%	76
3.	Netral (N)	3	6	15%	18
4.	Tidak Setuju (TS)	2	0	0%	0

5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	0	0%	0
Total			40	100%	169
Nilai Mean (Rata-rata)					4,225
Nilai Minimum					3
Nilai Maximum					5
Standar Deviasi					0,69752

Sumber: Data primer diolah dari SPSS 17.0, 2020

Berdasarkan tabel 4.8 di atas menunjukkan bahwa respon dari 40 responden terhadap variabel $X_{1.1.1}$ adalah yang menjawab sangat setuju sebanyak 15 atau 37,5%, setuju sebanyak 19 atau 47,5%, dan netral sebanyak 6 atau 15%. Serta dapat diketahui rata-rata jawaban responden sebanyak 4,225 (dibulatkan 4) cenderung setuju.

Tabel 4.9
Tabel Frekuensi Jawaban Indikator $X_{1.1.2}$

No.	Jawaban	Skor	Frekuensi	Persentase (100%)	Total Skor
1.	Sangat Setuju (SS)	5	12	30%	60
2.	Setuju (S)	4	20	50%	80
3.	Netral (N)	3	8	20%	24
4.	Tidak Setuju (TS)	2	0	0%	0
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	0	0%	0
Total			40	100%	164
Nilai Mean (Rata-rata)					4,1
Nilai Minimum					3
Nilai Maximum					5
Standar Deviasi					0,70892

Sumber: Data primer diolah dari SPSS 17.0, 2020

Berdasarkan tabel 4.9 di atas menunjukkan bahwa respon dari 40 responden terhadap variabel $X_{1.1.2}$ adalah yang menjawab sangat setuju sebanyak 12 atau 30%, setuju sebanyak 20 atau 50%, dan netral sebanyak 8 atau 20%. Serta dapat diketahui rata-rata jawaban responden sebanyak 4,1 (dibulatkan 4) cenderung setuju.

- 2) Indikator variabel promosi/ promosi penjualan (Sales Promotion) ($X_{1.2}$)

Tabel 4.10
Tabel Frekuensi Jawaban Indikator $X_{1.2.1}$

No.	Jawaban	Skor	Frekuensi	Persentase (100%)	Total Skor
1.	Sangat Setuju (SS)	5	11	27,5%	55
2.	Setuju (S)	4	27	67,5%	108
3.	Netral (N)	3	2	5%	6
4.	Tidak Setuju (TS)	2	0	0%	0
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	0	0%	0
Total			40	100%	169
Nilai Mean (Rata-rata)					4,225
Nilai Minimum					3
Nilai Maximum					5
Standar Deviasi					0,53048

Sumber: Data primer diolah dari SPSS 17.0, 2020

Berdasarkan tabel 4.10 di atas menunjukkan bahwa respon dari 40 responden terhadap variabel $X_{1.2.1}$ adalah yang menjawab sangat setuju sebanyak 11 atau 27,5%, setuju sebanyak 27 atau 67,5%, dan

netral sebanyak 2 atau 5%. Serta dapat diketahui rata-rata jawaban responden sebanyak 4,225 (dibulatkan 4) cenderung setuju.

Tabel 4.11
Tabel Frekuensi Jawaban Indikator X_{1.2.2}

No.	Jawaban	Skor	Frekuensi	Persentase (100%)	Total Skor
1.	Sangat Setuju (SS)	5	11	27,5%	55
2.	Setuju (S)	4	27	67,5%	108
3.	Netral (N)	3	2	5%	6
4.	Tidak Setuju (TS)	2	0	0%	0
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	0	0%	0
Total			40	100%	169
Nilai Mean (Rata-rata)					4,225
Nilai Minimum					3
Nilai Maximum					5
Standar Deviasi					0,53048

Sumber: Data primer diolah dari SPSS 17.0, 2020

Berdasarkan tabel 4.11 di atas menunjukkan bahwa respon dari 40 responden terhadap variabel X_{1.2.2} adalah yang menjawab sangat setuju sebanyak 11 atau 27,5%, setuju sebanyak 27 atau 67,5%, dan netral sebanyak 2 atau 5%. Serta dapat diketahui rata-rata jawaban responden sebanyak 4,2255 (dibulatkan 4) cenderung setuju.

3) Indikator variabel promosi/ Publisitas (Publicity) (X_{1.3})

Tabel 4.12

Tabel Frekuensi Jawaban Indikator X_{1.3.1}

No.	Jawaban	Skor	Frekuensi	Persentase (100%)	Total Skor
1.	Sangat Setuju (SS)	5	14	35%	70
2.	Setuju (S)	4	17	42,5%	68
3.	Netral (N)	3	9	22,5%	27
4.	Tidak Setuju (TS)	2	0	0%	0
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	0	0%	0
Total			40	100%	165
Nilai Mean (Rata-rata)					4,125
Nilai Minimum					3
Nilai Maximum					5
Standar Deviasi					0,75744

Sumber: Data primer diolah dari SPSS 17.0, 2020

Berdasarkan tabel 4.12 di atas menunjukkan bahwa respon dari 40 responden terhadap variabel X_{1.3.1} adalah yang menjawab sangat setuju sebanyak 14 atau 35%, setuju sebanyak 17 atau 42,5%, dan netral sebanyak 9 atau 22,5%. Serta dapat diketahui rata-rata jawaban responden sebanyak 4,125 (dibulatkan 4) cenderung setuju.

Tabel 4.13
Tabel Frekuensi Jawaban Indikator X_{1.3.2}

No.	Jawaban	Skor	Frekuensi	Persentase (100%)	Total Skor
1.	Sangat Setuju (SS)	5	15	37,5%	75
2.	Setuju (S)	4	15	37,5%	60
3.	Netral (N)	3	10	25%	30
4.	Tidak Setuju (TS)	2	0	0%	0
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	0	0%	0

Total	40	100%	165
Nilai Mean (Rata-rata)			4,125
Nilai Minimum			3
Nilai Maximum			5
Standar Deviasi			0,79057

Sumber: Data primer diolah dari SPSS 17.0, 2020

Berdasarkan tabel 4.13 di atas menunjukkan bahwa respon dari 40 responden terhadap variabel $X_{1.3.2}$ adalah yang menjawab sangat setuju sebanyak 15 atau 37,5%, setuju sebanyak 15 atau 37,5%, dan netral sebanyak 10 atau 25%. Serta dapat diketahui rata-rata jawaban responden sebanyak 4,125 (dibulatkan 4) cenderung setuju.

4) Indikator variabel promosi/ Penjualan Pribadi (Personal Selling) ($X_{1.4}$)

Tabel 4.14
Tabel Frekuensi Jawaban Indikator $X_{1.4.1}$

No.	Jawaban	Skor	Frekuensi	Persentase (100%)	Total Skor
1.	Sangat Setuju (SS)	5	11	27,5%	55
2.	Setuju (S)	4	22	55%	88
3.	Netral (N)	3	7	17,5%	21
4.	Tidak Setuju (TS)	2	0	0%	0
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	0	0%	0
Total			40	100%	164
Nilai Mean (Rata-rata)					4,1
Nilai Minimum					3
Nilai Maximum					5
Standar Deviasi					0,67178

Sumber: Data primer diolah dari SPSS 17.0, 2020

Berdasarkan tabel 4.14 di atas menunjukkan bahwa respon dari 40 responden terhadap variabel $X_{1.4.1}$ adalah yang menjawab sangat setuju sebanyak 11 atau 27,5%, setuju sebanyak 22 atau 55%, dan netral sebanyak 7 atau 17,5%. Serta dapat diketahui rata-rata jawaban responden sebanyak 4,1 (dibulatkan 4) cenderung setuju.

Tabel 4.15
Tabel Frekuensi Jawaban Indikator $X_{1.4.2}$

No.	Jawaban	Skor	Frekuensi	Persentase (100%)	Total Skor
1.	Sangat Setuju (SS)	5	10	25%	50
2.	Setuju (S)	4	27	67,5%	108
3.	Netral (N)	3	3	7,5%	9
4.	Tidak Setuju (TS)	2	0	0%	0
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	0	0%	0
Total			40	100%	167
Nilai Mean (Rata-rata)					4,175
Nilai Minimum					3
Nilai Maximum					5
Standar Deviasi					0,54948

Sumber: Data primer diolah dari SPSS 17.0, 2020

Berdasarkan tabel 4.15 di atas menunjukkan bahwa respon dari 40 responden terhadap variabel $X_{1.4.2}$ adalah yang menjawab sangat setuju sebanyak 10 atau 25%, setuju sebanyak 27 atau 67,5%, dan netral sebanyak 3 atau 7,5%. Serta dapat diketahui rata-rata jawaban responden sebanyak 4,175 (dibulatkan 4) cenderung setuju.

Berikut terdapat tabel dari rangkuman analisis tabel frekuensi atau data deskripsi variabel Promosi (X_1) dari 40 responden:

Tabel 4.16
Rangkuman Data Deskripsi Variabel Promosi (X_1)

Item	SS		S		N		TS		STS	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
X _{1.1.1}	15	37,5%	19	47,5%	6	15%	0	0%	0	0%
X _{1.1.2}	12	30%	20	50%	8	20%	0	0%	0	0%
X _{1.2.1}	11	27,5%	27	67,5%	2	5%	0	0%	0	0%
X _{1.2.2}	11	27,5%	27	67,5%	2	5%	0	0%	0	0%
X _{1.3.1}	14	35%	17	42,5%	9	22,5%	0	0%	0	0%
X _{1.3.2}	15	37,5%	15	37,5%	10	25%	0	0%	0	0%
X _{1.4.1}	11	27,5%	22	55%	7	17,5%	0	0%	0	0%
X _{1.4.2}	10	25%	27	67,5%	3	7,5%	0	0%	0	0%

Sumber: Data primer diolah dari SPSS 17.0, 2020

Berdasarkan tabel 4.16 di atas dapat diketahui bahwa hasil rekapitulasi kuesioner dari 40 responden terhadap variabel Promosi (X_1) adalah yang menjawab sangat setuju paling banyak pada indikator X_{1.1.1} dan X_{1.3.2} sebanyak 15 atau 37,5%, pendapat setuju paling banyak pada indikator X_{1.2.1}, X_{1.2.2} dan X_{1.4.2} sebanyak 27 atau 67,5%, dan pendapat netral paling banyak pada indikator X_{1.3.2} sebanyak 10 atau 25%. Dari indikator tersebut yang paling dominan ialah jawaban setuju pada indikator X_{1.2.1}, X_{1.2.2} dan X_{1.4.2} yaitu Bank Syariah melakukan promosi melalui brosur yang informative, Bank Syariah sering memberikan diskon, dan Pegawai Bank Syariah melakukan promosi secara langsung kepada nasabah.

Berikut terdapat tabel dari rangkuman analisis statistic deskriptif variabel Promosi (X_1):

Tabel 4.17
Rangkuman Statistik Deskriptif Variabel Promosi (X_1)
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1.1.1	40	3.00	5.00	4.2250	.69752
X1.1.2	40	3.00	5.00	4.1000	.70892
X1.2.1	40	3.00	5.00	4.2250	.53048
X1.2.2	40	3.00	5.00	4.2250	.53048
X1.3.1	40	3.00	5.00	4.1250	.75744
X1.3.2	40	3.00	5.00	4.1250	.79057
X1.4.1	40	3.00	5.00	4.1000	.67178
X1.4.2	40	3.00	5.00	4.1750	.54948
Valid N (listwise)	40				

Sumber: Data primer diolah dari SPSS 17.0, 2020

Berdasarkan tabel 4.17 di atas dapat diketahui bahwa keragaman jawaban terletak pada item $X_{1.3.2}$ (Bank Syariah mengenalkan produk-produknya dengan menggunakan media digital) karena standar deviasinya paling tinggi yaitu 0,79057. Pemerataan jawaban terletak pada item $X_{1.2.1}$ dan $X_{1.2.2}$ (Bank Syariah melakukan promosi melalui brosur yang informative dan Bank Syariah

sering memberikan diskon) karena standar deviasinya yang paling kecil yaitu 0,53048.

b. Deskripsi variabel X_2 (Produk)

1) Indikator variabel Produk/ Kualitas ($X_{2.1}$)

Tabel 4.18
Tabel Frekuensi Jawaban Indikator $X_{2.1.1}$

No.	Jawaban	Skor	Frekuensi	Persentase (100%)	Total Skor
1.	Sangat Setuju (SS)	5	20	50%	100
2.	Setuju (S)	4	20	50%	80
3.	Netral (N)	3	0	0%	0
4.	Tidak Setuju (TS)	2	0	0%	0
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	0	0%	0
Total			40	100%	180
Nilai Mean (Rata-rata)					4,5
Nilai Minimum					4
Nilai Maximum					5
Standar Deviasi					0,50637

Sumber: Data primer diolah dari SPSS 17.0, 2020

Berdasarkan tabel 4.18 di atas menunjukkan bahwa respon dari 40 responden terhadap variabel $X_{2.1.1}$ adalah yang menjawab sangat setuju sebanyak 20 atau 50% dan setuju sebanyak 20 atau 50%. Serta dapat diketahui rata-rata jawaban responden sebanyak 4,5 (dibulatkan 5) cenderung sangat setuju.

Tabel 4.19
Tabel Frekuensi Jawaban Indikator $X_{2.1.2}$

No.	Jawaban	Skor	Frekuensi	Persentase (100%)	Total Skor
1.	Sangat Setuju (SS)	5	12	30%	60
2.	Setuju (S)	4	28	70%	112
3.	Netral (N)	3	0	0	0
4.	Tidak Setuju (TS)	2	0	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	0	0	0
Total			40	100%	172
Nilai Mean (Rata-rata)					4,3
Nilai Minimum					4
Nilai Maximum					5
Standar Deviasi					0,46410

Sumber: Data primer diolah dari SPSS 17.0, 2020

Berdasarkan tabel 4.19 di atas menunjukkan bahwa respon dari 40 responden terhadap variabel $X_{2.1.2}$ adalah yang menjawab sangat setuju sebanyak 12 atau 30% dan setuju sebanyak 28 atau 70%. Serta dapat diketahui rata-rata jawaban responden sebanyak 4,3 (dibulatkan 4) cenderung setuju.

2) Indikator variabel Produk/ Keanekaragaman ($X_{2.2}$)

Tabel 4.20
Tabel Frekuensi Jawaban Indikator $X_{2.2.1}$

No.	Jawaban	Skor	Frekuensi	Persentase (100%)	Total Skor
1.	Sangat Setuju (SS)	5	9	22,5%	45
2.	Setuju (S)	4	31	77,5%	124
3.	Netral (N)	3	0	0	0
4.	Tidak Setuju (TS)	2	0	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	0	0	0

Total	40	100%	169
Nilai Mean (Rata-rata)			4,225
Nilai Minimum			4
Nilai Maximum			5
Standar Deviasi			0,42290

Sumber: Data primer diolah dari SPSS 17.0, 2020

Berdasarkan tabel 4.20 di atas menunjukkan bahwa respon dari 40 responden terhadap variabel X_{2.2.1} adalah yang menjawab sangat setuju sebanyak 9 atau 22,5% dan setuju sebanyak 31 atau 77,5%. Serta dapat diketahui rata-rata jawaban responden sebanyak 4,225 (dibulatkan 4) cenderung setuju.

Tabel 4.21
Tabel Frekuensi Jawaban Indikator X_{2.2.2}

No.	Jawaban	Skor	Frekuensi	Persentase (100%)	Total Skor
1.	Sangat Setuju (SS)	5	11	27,5%	55
2.	Setuju (S)	4	25	62,5%	100
3.	Netral (N)	3	4	10%	12
4.	Tidak Setuju (TS)	2	0	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	0	0	0
Total			40	100%	167
Nilai Mean (Rata-rata)					4,175
Nilai Minimum					3
Nilai Maximum					5
Standar Deviasi					0,59431

Sumber: Data primer diolah dari SPSS 17.0, 2020

Berdasarkan tabel 4.21 di atas menunjukkan bahwa respon dari 40 responden terhadap variabel X_{2.2.2} adalah yang menjawab sangat setuju sebanyak 11 atau 27,5%, setuju sebanyak 25 atau 62,5%, dan

netral sebanyak 4 atau 10%. Serta dapat diketahui rata-rata jawaban responden sebanyak 4,175 (dibulatkan 4) cenderung setuju.

3) Indikator variabel Produk/ Keunggulan ($X_{2.3}$)

Tabel 4.22
Tabel Frekuensi Jawaban Indikator $X_{2.3.1}$

No.	Jawaban	Skor	Frekuensi	Persentase (100%)	Total Skor
1.	Sangat Setuju (SS)	5	9	22,5%	45
2.	Setuju (S)	4	29	72,5%	116
3.	Netral (N)	3	2	5%	6
4.	Tidak Setuju (TS)	2	0	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	0	0	0
Total			40	100%	167
Nilai Mean (Rata-rata)					4,175
Nilai Minimum					3
Nilai Maximum					5
Standar Deviasi					0,50064

Sumber: Data primer diolah dari SPSS 17.0, 2020

Berdasarkan tabel 4.22 di atas menunjukkan bahwa respon dari 40 responden terhadap variabel $X_{2.3.1}$ adalah yang menjawab sangat setuju sebanyak 9 atau 22,5%, setuju sebanyak 29 atau 72,5%, dan netral sebanyak 2 atau 5%. Serta dapat diketahui rata-rata jawaban responden sebanyak 4,175 (dibulatkan 4) cenderung setuju.

Tabel 4.23
Tabel Frekuensi Jawaban Indikator $X_{2.3.2}$

No.	Jawaban	Skor	Frekuensi	Persentase (100%)	Total Skor
-----	---------	------	-----------	-------------------	------------

1.	Sangat Setuju (SS)	5	16	40%	80
2.	Setuju (S)	4	20	50%	80
3.	Netral (N)	3	4	10%	12
4.	Tidak Setuju (TS)	2	0	0%	0
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	0	0%	0
Total			40	100%	172
Nilai Mean (Rata-rata)					4,3
Nilai Minimum					3
Nilai Maximum					5
Standar Deviasi					0,64847

Sumber: Data primer diolah dari SPSS 17.0, 2020

Berdasarkan tabel 4.23 di atas menunjukkan bahwa respon dari 40 responden terhadap variabel $X_{2.3.2}$ adalah yang menjawab sangat setuju sebanyak 16 atau 40%, setuju sebanyak 20 atau 50%. Serta dapat diketahui rata-rata jawaban responden sebanyak 4,3 (dibulatkan 4) cenderung setuju.

4) Indikator variabel Produk/ Merek ($X_{2.4}$)

Tabel 4.24
Tabel Frekuensi Jawaban Indikator $X_{2.4.1}$

No.	Jawaban	Skor	Frekuensi	Persentase (100%)	Total Skor
1.	Sangat Setuju (SS)	5	15	37,5%	75
2.	Setuju (S)	4	25	62,5%	100
3.	Netral (N)	3	0	0%	0
4.	Tidak Setuju (TS)	2	0	0%	0
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	0	0%	0
Total			40	100%	175
Nilai Mean (Rata-rata)					4,375
Nilai Minimum					4

Nilai Maximum	5
Standar Deviasi	0,49029

Sumber: Data primer diolah dari SPSS 17.0, 2020

Berdasarkan tabel 4.24 di atas menunjukkan bahwa respon dari 40 responden terhadap variabel X_{2.4.1} adalah yang menjawab sangat setuju sebanyak 15 atau 37,5% dan setuju sebanyak 25 atau 62,5%. Serta dapat diketahui rata-rata jawaban responden sebanyak 4,375 (dibulatkan 4) cenderung setuju.

Tabel 4.25
Tabel Frekuensi Jawaban Indikator X_{2.4.2}

No.	Jawaban	Skor	Frekuensi	Persentase (100%)	Total Skor
1.	Sangat Setuju (SS)	5	9	22,5%	45
2.	Setuju (S)	4	29	72,5%	116
3.	Netral (N)	3	2	5%	6
4.	Tidak Setuju (TS)	2	0	0%	0
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	0	0%	0
Total			40	100%	167
Nilai Mean (Rata-rata)					4,175
Nilai Minimum					3
Nilai Maximum					5
Standar Deviasi					0,50064

Sumber: Data primer diolah dari SPSS 17.0, 2020

Berdasarkan tabel 4.25 di atas menunjukkan bahwa respon dari 40 responden terhadap variabel X_{2.4.2} adalah yang menjawab sangat setuju sebanyak 9 atau 22,5%, setuju sebanyak 29 atau 72,5%, dan netral sebanyak 2 atau 5%. Serta dapat diketahui rata-rata jawaban responden sebanyak 4,175 (dibulatkan 4) cenderung setuju.

Berikut terdapat tabel dari rangkuman analisis tabel frekuensi atau data deskripsi variabel Produk (X_2) dari 40 responden:

Tabel 4.26
Rangkuman Data Deskripsi Variabel Produk (X_2)

Item	SS		S		N		TS		STS	
	F	%	f	%	f	%	f	%	f	%
X _{2.1.1}	20	50%	20	50%	0	0%	0	0%	0	0%
X _{2.1.2}	12	30%	28	70%	0	0%	0	0%	0	0%
X _{2.2.1}	9	22,5%	31	77,5%	0	0%	0	0%	0	0%
X _{2.2.2}	11	27,5%	25	62,5%	4	10%	0	0%	0	0%
X _{2.3.1}	9	22,5%	29	72,5%	2	5%	0	0%	0	0%
X _{2.3.2}	16	40%	20	50%	4	10%	0	0%	0	0%
X _{2.4.1}	15	37,5%	25	62,5%	0	0%	0	0%	0	0%
X _{2.4.2}	9	22,5%	29	72,5%	2	5%	0	0%	0	0%

Sumber: Data primer diolah dari SPSS 17.0, 2020

Berdasarkan tabel 4.26 di atas dapat diketahui bahwa hasil rekapitulasi kuesioner dari 40 responden terhadap variabel Produk (X_2) adalah yang menjawab sangat setuju paling banyak pada indikator X_{2.1.1} sebanyak 20 atau 50%, pendapat setuju paling banyak pada indikator X_{2.2.1} sebanyak 31 atau 77,5%, dan pendapat netral paling banyak pada indikator X_{2.2.2} dan X_{2.3.2} sebanyak 4 atau 10%. Dari indikator tersebut yang paling dominan ialah jawaban setuju pada indikator X_{2.2.1} yaitu Produk yang ditawarkan Bank Syariah sangat beragam.

Berikut terdapat tabel dari rangkuman analisis statistic deskriptif variabel Produk (X_2):

Tabel 4.27
Rangkuman Statistik Deskriptif Variabel Produk (X₂)

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X2.1.1	40	4.00	5.00	4.5000	.50637
X2.1.2	40	4.00	5.00	4.3000	.46410
X2.2.1	40	4.00	5.00	4.2250	.42290
X2.2.2	40	3.00	5.00	4.1750	.59431
X2.3.1	40	3.00	5.00	4.1750	.50064
X2.3.2	40	3.00	5.00	4.3000	.64847
X2.4.1	40	4.00	5.00	4.3750	.49029
X2.4.2	40	3.00	5.00	4.1750	.50064
Valid N (listwise)	40				

primer diolah dari SPSS 17.0, 2020

Berdasarkan tabel 4.27 di atas dapat diketahui bahwa keragaman jawaban terletak pada item X_{2.3.2} (Produk pada Bank Syariah lebih unggul dari Bank Konevensional) karena standar deviasinya paling tinggi yaitu 0,64847. Pemerataan jawaban terletak pada item X_{2.2.1} (Produk yang ditawarkan Bank Syariah sangat beragam) karena standar deviasinya yang paling kecil yaitu 0,42290.

c. Deskripsi variabel X₃ (Pelayanan)

1) Indikator variabel Pelayanan/ Bukti fisik (tangibles) (X_{3.1})

Tabel 4.28
Tabel Frekuensi Jawaban Indikator X_{3.1.1}

No.	Jawaban	Skor	Frekuensi	Persentase (100%)	Total Skor
1.	Sangat Setuju (SS)	5	16	40%	80
2.	Setuju (S)	4	24	60%	96
3.	Netral (N)	3	0	0%	0
4.	Tidak Setuju (TS)	2	0	0%	0
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	0	0%	0
Total			40	100%	176
Nilai Mean (Rata-rata)					4,4
Nilai Minimum					4
Nilai Maximum					5
Standar Deviasi					0,49614

Sumber: Data primer diolah dari SPSS 17.0, 2020

Berdasarkan tabel 4.28 di atas menunjukkan bahwa respon dari 40 responden terhadap variabel X_{3.1.1} adalah yang menjawab sangat setuju sebanyak 16 atau 40% dan setuju sebanyak 24 atau 60%. Serta dapat diketahui rata-rata jawaban responden sebanyak 4,4 (dibulatkan 4) cenderung setuju.

Tabel 4.29
Tabel Frekuensi Jawaban Indikator X_{3.1.2}

No.	Jawaban	Skor	Frekuensi	Persentase (100%)	Total Skor
1.	Sangat Setuju (SS)	5	8	20%	40
2.	Setuju (S)	4	30	75%	120
3.	Netral (N)	3	2	5%	6
4.	Tidak Setuju (TS)	2	0	0%	0

5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	0	0%	0
Total			40	100%	166
Nilai Mean (Rata-rata)					4,15
Nilai Minimum					3
Nilai Maximum					5
Standar Deviasi					0,48305

Sumber: Data primer diolah dari SPSS 17.0, 2020

Berdasarkan tabel 4.29 di atas menunjukkan bahwa respon dari 40 responden terhadap variabel $X_{3.1.2}$ adalah yang menjawab sangat setuju sebanyak 8 atau 20%, setuju sebanyak 30 atau 75%, dan netral sebanyak 2 atau 5%. Serta dapat diketahui rata-rata jawaban responden sebanyak 4,15 (dibulatkan 4) cenderung setuju.

2) Indikator variabel Pelayanan/ Keandalan (reliability) ($X_{3.2}$)

Tabel 4.30
Tabel Frekuensi Jawaban Indikator $X_{3.2.1}$

No.	Jawaban	Skor	Frekuensi	Persentase (100%)	Total Skor
1.	Sangat Setuju (SS)	5	29	72,5%	145
2.	Setuju (S)	4	11	27,5%	44
3.	Netral (N)	3	0	0%	0
4.	Tidak Setuju (TS)	2	0	0%	0
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	0	0%	0
Total			40	100%	189
Nilai Mean (Rata-rata)					4,725
Nilai Minimum					4
Nilai Maximum					5
Standar Deviasi					0,45220

Sumber: Data primer diolah dari SPSS 17.0, 2020

Berdasarkan tabel 4.30 di atas menunjukkan bahwa respon dari 40 responden terhadap variabel $X_{3.2.1}$ adalah yang menjawab sangat setuju sebanyak 29 atau 72,5% dan setuju sebanyak 11 atau 27,5%. Serta dapat diketahui rata-rata jawaban responden sebanyak 4,725 (dibulatkan 5) cenderung sangat setuju.

Tabel 4.31
Tabel Frekuensi Jawaban Indikator $X_{3.2.2}$

No.	Jawaban	Skor	Frekuensi	Persentase (100%)	Total Skor
1.	Sangat Setuju (SS)	5	17	42,5%	85
2.	Setuju (S)	4	23	57,5%	92
3.	Netral (N)	3	0	0%	0
4.	Tidak Setuju (TS)	2	0	0%	0
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	0	0%	0
Total			40	100%	177
Nilai Mean (Rata-rata)					4,425
Nilai Minimum					4
Nilai Maximum					5
Standar Deviasi					0,50064

Sumber: Data primer diolah dari SPSS 17.0, 2020

Berdasarkan tabel 4.31 di atas menunjukkan bahwa respon dari 40 responden terhadap variabel $X_{3.2.2}$ adalah yang menjawab sangat setuju sebanyak 17 atau 42,5% dan setuju sebanyak 23 atau 57,5%. Serta dapat diketahui rata-rata jawaban responden sebanyak 4,425 (dibulatkan 4) cenderung setuju.

- 3) Indikator variabel Pelayanan/ Daya tanggap (responsiveness) ($X_{3.3}$)

Tabel 4.32
Tabel Frekuensi Jawaban Indikator X_{3.3.1}

No.	Jawaban	Skor	Frekuensi	Persentase (100%)	Total Skor
1.	Sangat Setuju (SS)	5	16	40%	80
2.	Setuju (S)	4	22	55%	88
3.	Netral (N)	3	2	5%	6
4.	Tidak Setuju (TS)	2	0	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	0	0	0
Total			40	100%	174
Nilai Mean (Rata-rata)					4,35
Nilai Minimum					3
Nilai Maximum					5
Standar Deviasi					0,57957

Sumber: Data primer diolah dari SPSS 17.0, 2020

Berdasarkan tabel 4.32 di atas menunjukkan bahwa respon dari 40 responden terhadap variabel X_{3.3.1} adalah yang menjawab sangat setuju sebanyak 16 atau 40%, setuju sebanyak 22 atau 55%, dan netral sebanyak 2 atau 5%. Serta dapat diketahui rata-rata jawaban responden sebanyak 4,35 (dibulatkan 4) cenderung setuju.

Tabel 4.33
Tabel Frekuensi Jawaban Indikator X_{3.3.2}

No.	Jawaban	Skor	Frekuensi	Persentase (100%)	Total Skor
1.	Sangat Setuju (SS)	5	23	57,5%	115
2.	Setuju (S)	4	17	42,5%	68
3.	Netral (N)	3	0	0%	0
4.	Tidak Setuju (TS)	2	0	0%	0

5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	0	0%	0
Total			40	100%	183
Nilai Mean (Rata-rata)					4,575
Nilai Minimum					4
Nilai Maximum					5
Standar Deviasi					0,50064

Sumber: Data primer diolah dari SPSS 17.0, 2020

Berdasarkan tabel 4.33 di atas menunjukkan bahwa respon dari 40 responden terhadap variabel X_{3.3.2} adalah yang menjawab sangat setuju sebanyak 23 atau 57,5% dan setuju sebanyak 17 atau 42,5%. Serta dapat diketahui rata-rata jawaban responden sebanyak 4,575 (dibulatkan 5) cenderung sangat setuju.

4) Indikator variabel Pelayanan/ Jaminan (assurance) (X_{3.4})

Tabel 4.34
Tabel Frekuensi Jawaban Indikator X_{3.4.1}

No.	Jawaban	Skor	Frekuensi	Persentase (100%)	Total Skor
1.	Sangat Setuju (SS)	5	17	42,5%	85
2.	Setuju (S)	4	23	57,5%	92
3.	Netral (N)	3	0	0%	0
4.	Tidak Setuju (TS)	2	0	0%	0
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	0	0%	0
Total			40	100%	177
Nilai Mean (Rata-rata)					4,425
Nilai Minimum					4
Nilai Maximum					5
Standar Deviasi					0,50064

Sumber: Data primer diolah dari SPSS 17.0, 2020

Berdasarkan tabel 4.34 di atas menunjukkan bahwa respon dari 40 responden terhadap variabel $X_{3.4.1}$ adalah yang menjawab sangat setuju sebanyak 17 atau 42,5% dan setuju sebanyak 23 atau 57,5%. Serta dapat diketahui rata-rata jawaban responden sebanyak 4,425 (dibulatkan 4) cenderung setuju.

Tabel 4.35
Tabel Frekuensi Jawaban Indikator $X_{3.4.2}$

No.	Jawaban	Skor	Frekuensi	Persentase (100%)	Total Skor
1.	Sangat Setuju (SS)	5	18	45%	90
2.	Setuju (S)	4	22	55%	88
3.	Netral (N)	3	0	0	0
4.	Tidak Setuju (TS)	2	0	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	0	0	0
Total			40	100%	178
Nilai Mean (Rata-rata)					4,45
Nilai Minimum					4
Nilai Maximum					5
Standar Deviasi					0,50383

Sumber: Data primer diolah dari SPSS 17.0, 2020

Berdasarkan tabel 4.35 di atas menunjukkan bahwa respon dari 40 responden terhadap variabel $X_{3.4.2}$ adalah yang menjawab sangat setuju sebanyak 18 atau 45% dan setuju sebanyak 22 atau 55%. Serta dapat diketahui rata-rata jawaban responden sebanyak 4,45 (dibulatkan 4) cenderung setuju.

5) Indikator variabel Pelayanan/ Empati (empathy) ($X_{3.5}$)

Tabel 4.36
Tabel Frekuensi Jawaban Indikator X_{3.5.1}

No.	Jawaban	Skor	Frekuensi	Persentase (100%)	Total Skor
1.	Sangat Setuju (SS)	5	12	30%	60
2.	Setuju (S)	4	28	70%	112
3.	Netral (N)	3	0	0%	0
4.	Tidak Setuju (TS)	2	0	0%	0
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	0	0%	0
Total			40	100%	172
Nilai Mean (Rata-rata)					4,3
Nilai Minimum					4
Nilai Maximum					5
Standar Deviasi					0,46410

Sumber: Data primer diolah dari SPSS 17.0, 2020

Berdasarkan tabel 4.36 di atas menunjukkan bahwa respon dari 40 responden terhadap variabel X_{3.5.1} adalah yang menjawab sangat setuju sebanyak 12 atau 30% dan setuju sebanyak 28 atau 70%. Serta dapat diketahui rata-rata jawaban responden sebanyak 4,3 (dibulatkan 4) cenderung setuju.

Tabel 4.37
Tabel Frekuensi Jawaban Indikator X_{3.5.2}

No.	Jawaban	Skor	Frekuensi	Persentase (100%)	Total Skor
1.	Sangat Setuju (SS)	5	15	37,5%	75
2.	Setuju (S)	4	23	57,5%	92
3.	Netral (N)	3	2	5%	6
4.	Tidak Setuju (TS)	2	0	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	0	0	0
Total			40	100%	173

Nilai Mean (Rata-rata)	4,325
Nilai Minimum	3
Nilai Maximum	5
Standar Deviasi	0,57233

Sumber: Data primer diolah dari SPSS 17.0, 2020

Berdasarkan tabel 4.37 di atas menunjukkan bahwa respon dari 40 responden terhadap variabel X_{3.5.2} adalah yang menjawab sangat setuju sebanyak 15 atau 37,5%, setuju sebanyak 23 atau 57,5%, dan netral sebanyak 2 atau 5%. Serta dapat diketahui rata-rata jawaban responden sebanyak 4,325 (dibulatkan 4) cenderung setuju.

Berikut terdapat tabel dari rangkuman analisis tabel frekuensi atau data deskripsi variabel Pelayanan (X₃) dari 40 responden:

Tabel 4.38
Rangkuman Data Deskripsi Variabel Pelayanan (X₃)

Item	SS		S		N		TS		STS	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
X _{3.1.1}	16	40%	24	60%	0	0%	0	0%	0	0%
X _{3.1.2}	8	20%	30	75%	2	5%	0	0%	0	0%
X _{3.2.1}	29	72,5%	11	27,5%	0	0%	0	0%	0	0%
X _{3.2.2}	17	42,5%	23	57,5%	0	0%	0	0%	0	0%
X _{3.3.1}	16	40%	22	55%	2	5%	0	0%	0	0%
X _{3.3.2}	23	57,5%	17	42,5%	0	0%	0	0%	0	0%
X _{3.4.1}	17	42,5%	23	57,5%	0	0%	0	0%	0	0%
X _{3.4.2}	18	45%	22	55%	0	0%	0	0%	0	0%
X _{3.5.1}	12	30%	28	70%	0	0%	0	0%	0	0%
X _{3.5.2}	15	37,5%	23	57,5%	2	5%	0	0%	0	0%

Sumber: Data primer diolah dari SPSS 17.0, 2020

Berdasarkan tabel 4.38 di atas dapat diketahui bahwa hasil rekapitulasi kuesioner dari 40 responden terhadap variabel Pelayanan

(X₃) adalah yang menjawab sangat setuju paling banyak pada indikator X_{3.2.1} sebanyak 29 atau 72,5%, pendapat setuju paling banyak pada indikator X_{3.1.2} sebanyak 30 atau 75%, dan pendapat netral paling banyak pada indikator X_{3.1.2}, X_{3.3.1} dan X_{3.5.2} sebanyak 2 atau 5%. Dari indikator tersebut yang paling dominan ialah jawaban setuju pada indikator X_{3.1.2} yaitu Bank syariah memiliki jaringan kantor yang cukup banyak

Berikut terdapat tabel dari rangkuman analisis statistic deskriptif variabel Pelayanan (X₃):

Tabel 4.39
Rangkuman Statistik Deskriptif Variabel Pelayanan (X₃)

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X3.1.1	40	4.00	5.00	4.4000	.49614
X3.1.2	40	3.00	5.00	4.1500	.48305
X3.2.1	40	4.00	5.00	4.7250	.45220
X3.2.2	40	4.00	5.00	4.4250	.50064
X3.3.1	40	3.00	5.00	4.3500	.57957
X3.3.2	40	4.00	5.00	4.5750	.50064
X3.4.1	40	4.00	5.00	4.4250	.50064
X3.4.2	40	4.00	5.00	4.4500	.50383
X3.5.1	40	4.00	5.00	4.3000	.46410
X3.5.2	40	3.00	5.00	4.3250	.57233
Valid N (listwise)	40				

Sumber: Data primer diolah dari SPSS 17.0, 2020

Berdasarkan tabel 4.39 di atas dapat diketahui bahwa keragaman jawaban terletak pada item X_{3.3.1} (Pegawai Bank Syariah selalu sigap dan cepat dalam melayani nasabah) karena standar

deviasinya paling tinggi yaitu 0,57957. Pemerataan jawaban terletak pada item X_{3.2.1} (Pegawai Bank Syariah selalu berpenampilan sopan) karena standar deviasinya yang paling kecil yaitu 0,45220.

d. Deskripsi variabel Y (Minat Masyarakat)

1) Indikator variabel minat/ Keinginan (Desire) (Y₁)

Tabel 4.40
Tabel Frekuensi Jawaban Indikator Y_{1.1}

No.	Jawaban	Skor	Frekuensi	Persentase (100%)	Total Skor
1.	Sangat Setuju (SS)	5	21	52,5%	105
2.	Setuju (S)	4	17	42,5%	68
3.	Netral (N)	3	2	5%	6
4.	Tidak Setuju (TS)	2	0	0%	0
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	0	0%	0
Total			40	100%	179
Nilai Mean (Rata-rata)					4,475
Nilai Minimum					3
Nilai Maximum					5
Standar Deviasi					0,59861

Sumber: Data primer diolah dari SPSS 17.0, 2020

Berdasarkan tabel 4.40 di atas menunjukkan bahwa respon dari 40 responden terhadap variabel Y_{1.1} adalah yang menjawab sangat setuju sebanyak 21 atau 52,5%, setuju sebanyak 17 atau 42,5%, dan netral sebanyak 2 atau 5%. Serta dapat diketahui rata-rata jawaban responden sebanyak 4,475 (dibulatkan 4) cenderung setuju.

Tabel 4.41
Tabel Frekuensi Jawaban Indikator Y_{1.2}

No.	Jawaban	Skor	Frekuensi	Persentase (100%)	Total Skor
1.	Sangat Setuju (SS)	5	15	37,5%	75
2.	Setuju (S)	4	25	62,5%	100
3.	Netral (N)	3	0	0%	0
4.	Tidak Setuju (TS)	2	0	0%	0
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	0	0%	0
Total			40	100%	175
Nilai Mean (Rata-rata)					4,375
Nilai Minimum					4
Nilai Maximum					5
Standar Deviasi					0,49029

Sumber: Data primer diolah dari SPSS 17.0, 2020

Berdasarkan tabel 4.41 di atas menunjukkan bahwa respon dari 40 responden terhadap variabel $Y_{1.2}$ adalah yang menjawab sangat setuju sebanyak 15 atau 37,5% dan setuju sebanyak 25 atau 62,5%. Serta dapat diketahui rata-rata jawaban responden sebanyak 4,375 (dibulatkan 4) cenderung setuju.

2) Indikator variabel minat/ Ketertarikan (Interest) (Y_2)

Tabel 4.42
Tabel Frekuensi Jawaban Indikator $Y_{2.1}$

No.	Jawaban	Skor	Frekuensi	Persentase (100%)	Total Skor
1.	Sangat Setuju (SS)	5	7	17,5%	35
2.	Setuju (S)	4	15	37,5%	60
3.	Netral (N)	3	11	27,5%	33
4.	Tidak Setuju (TS)	2	7	17,5%	14

5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	0	0%	0
Total			40	100%	142
Nilai Mean (Rata-rata)					3,55
Nilai Minimum					2
Nilai Maximum					5
Standar Deviasi					0,98580

Sumber: Data primer diolah dari SPSS 17.0, 2020

Berdasarkan tabel 4.42 di atas menunjukkan bahwa respon dari 40 responden terhadap variabel Y_{2.1} adalah yang menjawab sangat setuju sebanyak 7 atau 17,5%, setuju sebanyak 15 atau 37,5%, netral sebanyak 11 atau 27,5%, dan tidak setuju sebanyak 7 atau 17,5%. Serta dapat diketahui rata-rata jawaban responden sebanyak 3,55 (dibulatkan 4) cenderung setuju.

Tabel 4.43
Tabel Frekuensi Jawaban Indikator Y_{2.2}

No.	Jawaban	Skor	Frekuensi	Persentase (100%)	Total Skor
1.	Sangat Setuju (SS)	5	11	27,5%	55
2.	Setuju (S)	4	15	37,5%	60
3.	Netral (N)	3	10	25%	30
4.	Tidak Setuju (TS)	2	4	10%	8
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	0	0%	0
Total			40	100%	153
Nilai Mean (Rata-rata)					3,825
Nilai Minimum					2
Nilai Maximum					5
Standar Deviasi					0,95776

Sumber: Data primer diolah dari SPSS 17.0, 2020

Berdasarkan tabel 4.43 di atas menunjukkan bahwa respon dari 40 responden terhadap variabel $Y_{2.2}$ adalah yang menjawab sangat setuju sebanyak 11 atau 27,5%, setuju sebanyak 15 atau 37,5%, netral sebanyak 10 atau 25%, dan tidak setuju sebanyak 4 atau 10%. Serta dapat diketahui rata-rata jawaban responden sebanyak 3,825 (dibulatkan 4) cenderung setuju.

3) Indikator variabel minat/ Perhatian (Attention) (Y_3)

Tabel 4.44
Tabel Frekuensi Jawaban Indikator $Y_{3.1}$

No.	Jawaban	Skor	Frekuensi	Persentase (100%)	Total Skor
1.	Sangat Setuju (SS)	5	9	22,5%	45
2.	Setuju (S)	4	16	40%	64
3.	Netral (N)	3	15	37,5%	45
4.	Tidak Setuju (TS)	2	0	0%	0
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	0	0%	0
Total			40	100%	154
Nilai Mean (Rata-rata)					3,85
Nilai Minimum					3
Nilai Maximum					5
Standar Deviasi					0,76962

Sumber: Data primer diolah dari SPSS 17.0, 2020

Berdasarkan tabel 4.44 di atas menunjukkan bahwa respon dari 40 responden terhadap variabel $Y_{3.1}$ adalah yang menjawab sangat setuju sebanyak 9 atau 22,5%, setuju sebanyak 16 atau 40%, dan netral sebanyak 15 atau 37,5%. Serta dapat diketahui rata-rata jawaban responden sebanyak 3,85 (dibulatkan 4) cenderung setuju.

Tabel 4.45
Tabel Frekuensi Jawaban Indikator Y_{3,2}

No.	Jawaban	Skor	Frekuensi	Persentase (100%)	Total Skor
1.	Sangat Setuju (SS)	5	11	27,5%	55
2.	Setuju (S)	4	25	62,5%	100
3.	Netral (N)	3	4	10%	12
4.	Tidak Setuju (TS)	2	0	0%	0
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	0	0%	0
Total			40	100%	167
Nilai Mean (Rata-rata)					4,175
Nilai Minimum					3
Nilai Maximum					5
Standar Deviasi					0,59431

Sumber: Data primer diolah dari SPSS 17.0, 2020

Berdasarkan tabel 4.45 di atas menunjukkan bahwa respon dari 40 responden terhadap variabel Y_{3,2} adalah yang menjawab sangat setuju sebanyak 11 atau 27,5%, setuju sebanyak 25 atau 62,5%, dan netral sebanyak 4 atau 10%. Serta dapat diketahui rata-rata jawaban responden sebanyak 4,175 (dibulatkan 4) cenderung setuju.

4) Indikator variabel minat/ Tindakan (Action) (Y₄)

Tabel 4.46
Tabel Frekuensi Jawaban Indikator Y_{4,1}

No.	Jawaban	Skor	Frekuensi	Persentase (100%)	Total Skor
1.	Sangat Setuju (SS)	5	11	27,5%	55
2.	Setuju (S)	4	23	57,5%	92
3.	Netral (N)	3	6	15%	18
4.	Tidak Setuju (TS)	2	0	0%	0

5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	0	0%	0
Total			40	100%	165
Nilai Mean (Rata-rata)					4,125
Nilai Minimum					3
Nilai Maximum					5
Standar Deviasi					0,64798

Sumber: Data primer diolah dari SPSS 17.0, 2020

Berdasarkan tabel 4.46 di atas menunjukkan bahwa respon dari 40 responden terhadap variabel Y_{4.1} adalah yang menjawab sangat setuju sebanyak 11 atau 27,5%, setuju sebanyak 23 atau 57,5%, dan netral sebanyak 6 atau 15%. Serta dapat diketahui rata-rata jawaban responden sebanyak 4,125 (dibulatkan 4) cenderung setuju.

Tabel 4.47
Tabel Frekuensi Jawaban Indikator Y_{4.2}

No.	Jawaban	Skor	Frekuensi	Persentase (100%)	Total Skor
1.	Sangat Setuju (SS)	5	18	45%	90
2.	Setuju (S)	4	18	45%	72
3.	Netral (N)	3	4	10%	12
4.	Tidak Setuju (TS)	2	0	0%	0
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	0	0%	0
Total			40	100%	174
Nilai Mean (Rata-rata)					4,35
Nilai Minimum					3
Nilai Maximum					5
Standar Deviasi					0,66216

Sumber: Data primer diolah dari SPSS 17.0, 2020

Berdasarkan tabel 4.47 di atas menunjukkan bahwa respon dari 40 responden terhadap variabel Y_{4.2} adalah yang menjawab sangat

setuju sebanyak 18 atau 45%, setuju sebanyak 18 atau 45%, dan netral sebanyak 4 atau 10%. Serta dapat diketahui rata-rata jawaban responden sebanyak 4,35 (dibulatkan 4) cenderung setuju.

Berikut terdapat tabel dari rangkuman analisis tabel frekuensi atau data deskripsi variabel Minat Masyarakat (Y) dari 40 responden:

Tabel 4.48
Rangkuman Data Deskripsi Variabel Minat Masyarakat (Y)

Item	SS		S		N		TS		STS	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
Y _{1.1}	21	52,5%	17	42,5%	2	5%	0	0%	0	0%
Y _{1.2}	15	37,5%	25	62,5%	0	0%	0	0%	0	0%
Y _{2.1}	7	17,5%	15	37,5%	11	27,5%	7	17,5%	0	0%
Y _{2.2}	11	27,5%	15	37,5%	10	25%	4	10%	0	0%
Y _{3.1}	9	22,5%	16	40%	15	37,5%	0	0%	0	0%
Y _{3.2}	11	27,5%	25	62,5%	4	10%	0	0%	0	0%
Y _{4.1}	11	27,5%	23	57,5%	6	15%	0	0%	0	0%
Y _{4.2}	18	45%	18	45%	4	10%	0	0%	0	0%

Sumber: Data primer diolah dari SPSS 17.0, 2020

Berdasarkan tabel 4.48 di atas dapat diketahui bahwa hasil rekapitulasi kuesioner dari 40 responden terhadap variabel Minat Masyarakat (Y) adalah yang menjawab sangat setuju paling banyak pada indikator Y_{1.1} sebanyak 21 atau 52,5%, pendapat setuju paling banyak pada indikator Y_{1.2} dan Y_{3.2} sebanyak 25 atau 62,5%, pendapat netral paling banyak pada indikator Y_{3.1} sebanyak 15 atau 37,5% dan pendapat tidak setuju paling banyak pada indikator Y_{2.1} sebanyak 7 atau 17,5%. Dari indikator tersebut yang paling dominan

ialah jawaban setuju pada indikator Y_{1.2} yaitu Saya memilih Bank Syariah karena ingin menjauhkan diri dari riba dan Y_{3.2} yaitu Saya senang dengan produk dan layanan bank Syariah.

Berikut terdapat tabel dari rangkuman analisis statistic deskriptif variabel Minat Masyarakat (Y):

Tabel 4.49
Rangkuman Statistik Deskriptif Variabel Minat Masyarakat (Y)

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Y1.1	40	3.00	5.00	4.4750	.59861
Y1.2	40	4.00	5.00	4.3750	.49029
Y2.1	40	2.00	5.00	3.5500	.98580
Y2.2	40	2.00	5.00	3.8250	.95776
Y3.1	40	3.00	5.00	3.8500	.76962
Y3.2	40	3.00	5.00	4.1750	.59431
Y4.1	40	3.00	5.00	4.1250	.64798
Y4.2	40	3.00	5.00	4.3500	.66216
Valid N (listwise)	40				

Sumber: Data primer diolah dari SPSS 17.0, 2020

Berdasarkan tabel 4.49 di atas dapat diketahui bahwa keragaman jawaban terletak pada item Y_{2.1} (Saya tertarik memilih Bank Syariah karena ajakan teman) karena standar deviasinya paling tinggi yaitu 0,98580. Pemerataan jawaban terletak pada item Y_{1.2} (Saya memilih Bank Syariah karena ingin menjauhkan diri dari riba) karena standar deviasinya yang paling kecil yaitu 0,49029.

C. Analisis Data

Data-data yang diperoleh dalam penelitian ini akan dianalisis dengan hipotesis yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya. Pada bagian ini akan dibahas tahap-tahap dan pengolahan data yang kemudian akan dianalisis tentang pengaruh promosi, produk dan pelayanan terhadap minat masyarakat. Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dari penyebaran kuesioner/angket di masyarakat Desa Moyoketen Kecamatan Boyolangu Kabupaten Tulungagung. Analisa yang dilakukan dalam penelitian ini meliputi analisa variabel-variabel independen (promosi, produk dan pelayanan) terhadap variabel dependen (minat masyarakat). Perhitungan variabel-variabel ini dilakukan dengan menggunakan program SPSS 17.0. Berikut ini adalah pengujian data berdasarkan data yang telah diolah dengan menggunakan SPSS versi 17.0:

1. Uji Instrumen Data

Ketepatan pengujian suatu hipotesa tentang hubungan variabel penelitian sangat bergantung pada kualitas data yang dipakai dalam pengujian tersebut. Pengujian hipotesa tidak akan mengenai sasarannya, bilamana data yang tidak reliabel dan tidak menggambarkan secara tepat konsep yang diukur. Untuk analisis ini, data yang diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner pada 40 responden, kemudian hasilnya diuji. Uji validitas dan uji reliabilitas ini telah diolah dengan menggunakan SPSS 17.0.

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan sah atau valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner itu. Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan r hitung (nilai *Pearson Correlation*) dengan nilai r tabel untuk *degree freedom* (df) = $n - 2$ (n adalah jumlah sampel). Sampel pada penelitian di Desa Moyoketen Kecamatan Boyolangu Kabupaten Tulungagung sebanyak 40 responden dengan tingkat signifikansi 0,05. Maka, r tabel pada penelitian ini adalah: $r(0,05; 40-2 = 38) = 0,312$.

Berikut nilai skor item pertanyaan secara keseluruhan hasil uji validitas:

1) Promosi (X_1)

Tabel 4.50
Tabel Hasil Uji Validitas Instrumen Data Variabel Promosi

Variabel	Nomor Item	Corrected Item – Total Correlation	R Tabel	Keterangan
Promosi (X_1)	$X_{1.1.1}$	0,786	0,312	Valid
	$X_{1.1.2}$	0,620	0,312	Valid
	$X_{1.2.1}$	0,526	0,312	Valid
	$X_{1.2.2}$	0,695	0,312	Valid
	$X_{1.3.1}$	0,795	0,312	Valid
	$X_{1.3.2}$	0,544	0,312	Valid
	$X_{1.4.1}$	0,744	0,312	Valid
	$X_{1.4.2}$	0,475	0,312	Valid

Sumber: Data primer diolah dari SPSS 17.0, 2020

Berdasarkan tabel 4.50 diatas dapat diketahui bahwa pertanyaan dari variabel Promosi dikatakan valid. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai *Correct Item – Correlation* lebih besar dibandingkan dengan nilai *r* tabel. Nilai *r* tabel dapat diketahui dengan *df* (*degree of freedom*) dengan rumus $n-2$. Nilai *r* dalam tabel ini yaitu ($df = 40 - 2 = 38$), maka dapat diperoleh *r* tabel sebesar 0,312. Sehingga dalam instrument penelitian variabel Promosi ini diketahui telah memenuhi persyaratan validitas secara statistik.

2) Produk (X_2)

Tabel 4.51
Tabel Hasil Uji Validitas Instrumen Data Variabel Produk

Variabel	Nomor Item	Corrected Item – Total Correlation	R Tabel	Keterangan
Produk (X_2)	X _{2.1.1}	0,581	0,312	Valid
	X _{2.1.2}	0,809	0,312	Valid
	X _{2.2.1}	0,784	0,312	Valid
	X _{2.2.2}	0,871	0,312	Valid
	X _{2.3.1}	0,736	0,312	Valid
	X _{2.3.2}	0,566	0,312	Valid
	X _{2.4.1}	0,755	0,312	Valid
	X _{2.4.2}	0,934	0,312	Valid

Sumber: Data primer diolah dari SPSS 17.0, 2020

Berdasarkan tabel 4.51 diatas dapat diketahui bahwa pertanyaan dari variabel Produk dikatakan valid. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai *Correct Item – Correlation* lebih besar dibandingkan dengan nilai *r* tabel. Nilai *r* tabel dapat diketahui dengan *df* (*degree of freedom*)

dengan rumus $n-2$. Nilai r dalam tabel ini yaitu ($df = 40 - 2 = 38$), maka dapat diperoleh r tabel sebesar 0,312. Sehingga dalam instrument penelitian variabel Produk ini diketahui telah memenuhi persyaratan validitas secara statistik.

3) Pelayanan (X_3)

Tabel 4.52
Tabel Hasil Uji Validitas Instrumen Data Variabel Promosi

Variabel	Nomor Item	Corrected Item – Total Correlation	R Tabel	Keterangan
Pelayanan (X_3)	X _{3.1.1}	0,719	0,312	Valid
	X _{3.1.2}	0,511	0,312	Valid
	X _{3.2.1}	0,466	0,312	Valid
	X _{3.2.2}	0,711	0,312	Valid
	X _{3.3.1}	0,798	0,312	Valid
	X _{3.3.2}	0,685	0,312	Valid
	X _{3.4.1}	0,844	0,312	Valid
	X _{3.4.2}	0,704	0,312	Valid
	X _{3.5.1}	0,616	0,312	Valid
	X _{3.5.2}	0,719	0,312	Valid

umber:
Data
primer
diolah

dari SPSS 17.0, 2020

Berdasarkan tabel 4.52 diatas dapat diketahui bahwa pertanyaan dari variabel Pelayanan dikatakan valid. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai *Correct Item – Correlation* lebih besar dibandingkan dengan nilai r tabel. Nilai r tabel dapat diketahui dengan df (*degree of freedom*) dengan rumus $n-2$. Nilai r dalam tabel ini yaitu ($df = 40 - 2 = 38$), maka dapat diperoleh r tabel sebesar 0,312. Sehingga dalam

instrument penelitian variabel Pelayanan ini diketahui telah memenuhi persyaratan validitas secara statistik.

4) Minat Masyarakat (Y)

Tabel 4.53
Tabel Hasil Uji Validitas Instrumen Data Variabel Minat Masyarakat

<i>S</i> <i>u</i> <i>m</i> <i>b</i> <i>e</i> <i>r</i> <i>:</i> <i>D</i> <i>a</i> <i>t</i> <i>a</i>	Variabel	Nomor Item	Corrected Item – Total Correlation	R Tabel	Keterangan
	Minat Masyarakat (Y)	Y _{1.1}	0,739	0,312	Valid
		Y _{1.2}	0,529	0,312	Valid
		Y _{2.1}	0,752	0,312	Valid
		Y _{2.2}	0,676	0,312	Valid
		Y _{3.1}	0,889	0,312	Valid
		Y _{3.2}	0,880	0,312	Valid
		Y _{4.1}	0,802	0,312	Valid
		Y _{4.2}	0,824	0,312	Valid

primer diolah dari SPSS 17.0, 2020

Berdasarkan tabel 4.53 diatas dapat diketahui bahwa pertanyaan dari variabel minat masyarakat dikatakan valid. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai *Correct Item – Correlation* lebih besar dibandingkan dengan nilai r tabel. Nilai r tabel dapat diketahui dengan *df (degree of freedom)* dengan rumus $n-2$. Nilai r dalam tabel ini yaitu ($df = 40 - 2 = 38$), maka dapat diperoleh r tabel sebesar 0,312. Sehingga dalam instrument penelitian variabel minat masyarakat ini diketahui telah memenuhi persyaratan validitas secara statistik.

Berdasarkan tabel-tabel di atas dapat diketahui seluruh item pernyataan dari variabel X_1 (promosi), X_2 (produk), X_3 (pelayanan), dan Y (minat masyarakat) adalah valid karena nilai *Corrected Item – Total Correlation* lebih besar dibanding r_{tabel} didapat dari jumlah sampel sebesar 40 responden dengan taraf signifikan sebesar 5% diperoleh nilai r_{tabel} sebesar 0,312.

Dari hasil uji validitas di atas dapat disimpulkan bahwa tiap faktor adalah positif dan besarnya 0,312 ke atas berarti dapat dikatakan bahwa *construct* di atas merupakan *construct* yang kuat.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan terhadap item pertanyaan yang dinyatakan valid. Uji ini digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memiliki *Cronbach's Alpha* dengan skala 0 sampai dengan 1. Jika skala itu dikelompokkan ke dalam lima kelas dengan rentang yang sama, maka ukuran kemantapan *alpha* dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- 1) Nilai *Cronbach's Alpha* 0,00 s/d 0,20, berarti kurang reliabel;
- 2) Nilai *Cronbach's Alpha* 0,21 s/d 0,40, berarti agak reliabel;
- 3) Nilai *Cronbach's Alpha* 0,41 s/d 0,60, berarti cukup reliabel;
- 4) Nilai *Cronbach's Alpha* 0,61 s/d 0,80, berarti reliabel;

5) Nilai *Cronbach's Alpha* 0,81 s/d 1,00, berarti sangat reliabel;

Dari uji reliabilitas dengan menggunakan aplikasi SPSS 17.0 didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.54
Tabel Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Data

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Promosi (X_1)	0,802	Sangat Reliabel
Produk (X_2)	0,884	Sangat Reliabel
Pelayanan (X_3)	0,871	Sangat Reliabel
Minat Masyarakat (Y)	0,885	Sangat Reliabel

Sumber: Data primer diolah dari SPSS 17.0, 2020

Berdasarkan tabel 4.54 di atas dapat diketahui bahwa nilai *Cronbach's Alpha* untuk variabel promosi sebesar 0,802, produk sebesar 0,884, pelayanan sebesar 0,871 dan minat masyarakat sebesar 0,885. Mengacu pada kriteria pengujian di atas, maka masing-masing variabel dalam penelitian yaitu variabel promosi (X_1), produk (X_2), pelayanan (X_3), dan minat masyarakat (Y) memiliki nilai *Cronbach's Alpha* yang lebih dari 0,60. Hal ini menunjukkan bahwa instrumen tersebut dinyatakan reliabel.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Uji normalitas data dapat dilakukan dengan menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* dengan tingkat signifikansi sebesar 5%. Data

dikatakan berdistribusi normal jika nilai signifikansinya lebih dari 0,05, dan sebaliknya data dikatakan tidak berdistribusi normal jika nilai signifikansinya kurang dari 0,05.

Tabel 4.55
Tabel Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		40
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.01706348
Most Extreme Differences	Absolute	.113
	Positive	.083
	Negative	-.113
Kolmogorov-Smirnov Z		.716
Asymp. Sig. (2-tailed)		.685

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Data primer diolah dari SPSS 17.0, 2020

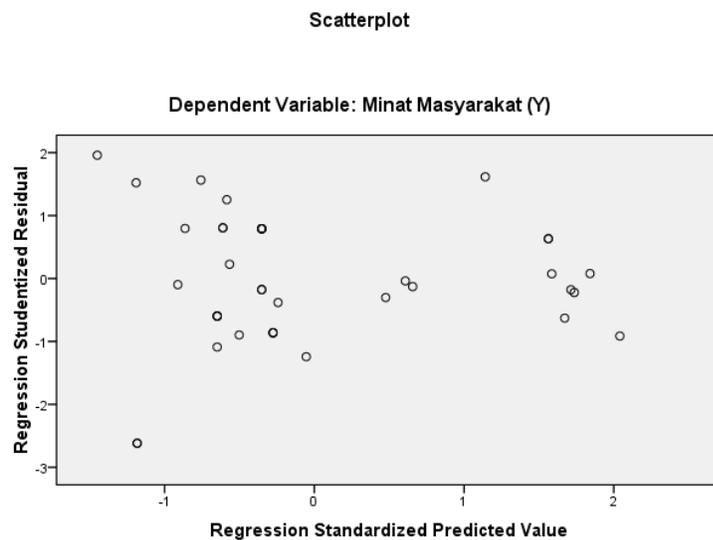
Berdasarkan tabel 4.55 output SPSS dengan menggunakan metode *Kolmogorov-Smirnov* tersebut, dapat diketahui bahwa nilai signifikansinya (*Asymp. Sig. (2-tailed)*) sebesar 0,685 lebih besar dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh data dalam penelitian ini berdistribusi normal.

b. Uji Heteroskedastisitas

Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dari pada pola gambar *Scatterplot* model tersebut. Tidak terdapat heteroskedastisitas apabila:

- 1) Titik-titik data menyebar di atas dan di bawah atau disekitar angka 0;
- 2) Titik-titik tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja;
- 3) Penyebaran titik tidak berpola

Gambar 4.3
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data primer diolah dari SPSS 17.0, 2020

Berdasarkan gambar 4.3 hasil pengujian dengan menggunakan SPSS dapat diketahui bahwa titik-titik menyebar secara acak baik di atas atau di bawah angka 0 pada sumbu Y dan tidak membentuk pola tertentu. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas sehingga model regresi layak untuk dipakai.

c. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan korelasi antar variabel bebas. Pada model regresi yang

baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Metode untuk menguji adanya multikolinearitas ini dapat dilihat dari *tolerance value* atau *variance inflation factor* (VIF) dengan kriteria yaitu sebagai berikut:

- 1) Jika angka *tolerance* di atas 0,1 dan $VIF < 10$ dikatakan tidak terdapat gejala multikolinearitas.
- 2) Jika angka *tolerance* di bawah 0,1 dan $VIF > 10$ dikatakan terdapat gejala multikolinearitas.

Tabel 4.56
Tabel Hasil Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	11.450	4.358		2.627	.013		
	Promosi (X1)	.335	.139	.263	2.413	.021	.500	1.999
	Produk (X2)	1.091	.201	.773	5.428	.000	.293	3.416
	Pelayanan (X3)	.408	.172	.323	2.374	.023	.322	3.109

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	11.450	4.358		2.627	.013		
	Promosi (X1)	.335	.139	.263	2.413	.021	.500	1.999
	Produk (X2)	1.091	.201	.773	5.428	.000	.293	3.416
	Pelayanan (X3)	.408	.172	.323	2.374	.023	.322	3.109

a. Dependent Variable: Minat Masyarakat (Y)

Sumber: Data primer diolah dari SPSS 17.0, 2020

Pada tabel 4.56 menunjukkan bahwa hasil uji multikolinearitas variabel jumlah promosi memiliki *tolerance* sebesar 0,500 dan VIF sebesar 1,999. Variabel produk memiliki *tolerance* sebesar 0,293 dan VIF sebesar 3,416. Variabel pelayanan memiliki *tolerance* sebesar 0,322 dan VIF sebesar 3,109. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa data pada masing-masing variabel tidak terdapat multikolinearitas karena nilai *tolerance* > 0,1 dan nilai VIF < 10.

4. Uji Regresi Linear Berganda

Uji regresi linear berganda bertujuan untuk melihat pengaruh antara variabel independen dan variabel dependen dengan skala pengukuran atau rasio dalam suatu persamaan linear.

Tabel 4.57
Tabel Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11.450	4.358		2.627	.013
	Promosi (X1)	.335	.139	.263	2.413	.021
	Produk (X2)	1.091	.201	.773	5.428	.000
	Pelayanan (X3)	.408	.172	.323	2.374	.023

a. Dependent Variable: Minat Masyarakat (Y)

Sumber: Data primer diolah dari SPSS 17.0, 2020

Dari tabel 4.57 yaitu hasil uji regresi linear berganda di atas diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$Y = \alpha_1 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

$$Y = 11,450 + 0,335X_1 + 1,091X_2 + 0,408X_3$$

Dari persamaan regresi di atas, maka dapat diuraikan sebagai berikut:

- Nilai konstanta adalah 11,450. Artinya jika promosi (X_1), produk (X_2), dan pelayanan (X_3) dalam keadaan konstan, maka minat masyarakat (Y) nilainya positif sebesar 11,450.
- Nilai koefisien regresi variabel promosi (X_1) bernilai positif, yaitu sebesar 0,335. Artinya bahwa setiap kenaikan promosi sebesar satu satuan, akan meningkatkan minat masyarakat sebesar 0,355 satu satuan. Dan sebaliknya, setiap penurunan satu satuan promosi, akan menurunkan minat masyarakat sebesar 0,335.

- c. Nilai koefisien regresi variabel produk (X_2) bernilai positif, yaitu sebesar 1,091. Artinya bahwa setiap kenaikan produk sebesar satu satuan, akan meningkatkan minat masyarakat sebesar 1,091 satu satuan. Dan sebaliknya, setiap penurunan satu satuan produk, akan menurunkan minat masyarakat sebesar 1,091.
- d. Nilai koefisien regresi variabel pelayanan (X_3) bernilai positif, yaitu sebesar 0,408. Artinya bahwa setiap kenaikan pelayanan sebesar satu satuan, akan meningkatkan minat masyarakat sebesar 0,408 satu satuan. Dan sebaliknya, setiap penurunan satu satuan pelayanan, akan menurunkan minat masyarakat sebesar 0,408.

5. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji T)

Uji T ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Berikut kriterianya:

- 1) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
- 2) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Atau

- 1) Jika $p < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
- 2) Jika $p > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Tabel 4.58
Tabel Hasil Uji Parsial (Uji T)
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11.450	4.358		2.627	.013
	Promosi (X1)	.335	.139	.263	2.413	.021
	Produk (X2)	1.091	.201	.773	5.428	.000
	Pelayanan (X3)	.408	.172	.323	2.374	.023

a. Dependent Variable: Minat Masyarakat (Y)

Sumber: Data primer diolah dari SPSS 17.0, 2020

Berdasarkan tabel 4.58 di atas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa:

- 1) Pengaruh promosi (X_1) terhadap minat masyarakat (Y) di Desa Moyoketen Kecamatan Boyolangu Kabupaten Tulungagung

Dari tabel *coefficients* di atas menunjukkan bahwa t_{hitung} promosi sebesar 2,413. Sedangkan t_{tabel} bisa dihitung dan dilihat pada tabel *t-test* dengan $\alpha = 0,05$, $df = 36$ di dapat dari rumus ($df = n-k$, dimana n adalah jumlah responden dan k adalah jumlah variabel x dan y). Sehingga dengan nilai $\alpha = 0,05$ dan $df = 36$ maka di dapat nilai t_{tabel} sebesar 1,688.

Variabel promosi memiliki nilai sig. $0,021 < 0,05$ artinya promosi berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat. Sedangkan, nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,413 > 1,688$). Maka, H_0 ditolak dan H_a

diterima. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa variabel promosi berpengaruh dan signifikan terhadap minat masyarakat.

Hal ini sekaligus menunjukkan bahwa hipotesis penelitian yang berbunyi “diduga ada pengaruh positif yang signifikan antara promosi (X_1) terhadap minat masyarakat (Y)”, dapat diterima.

2) Pengaruh produk (X_2) terhadap minat masyarakat (Y) di Desa Moyoketen Kecamatan Boyolangu Kabupaten Tulungagung

Dari tabel *coefficients* di atas menunjukkan bahwa t_{hitung} produk sebesar 5,428. Sedangkan t_{tabel} bisa dihitung dan dilihat pada tabel *t-test* dengan $\alpha = 0,05$, $df = 36$ di dapat dari rumus ($df = n-k$, dimana n adalah jumlah responden dan k adalah jumlah variabel x dan y). Sehingga dengan nilai $\alpha = 0,05$ dan $df = 36$ maka di dapat nilai t_{tabel} sebesar 1,688.

Variabel produk memiliki nilai sig. $0,000 < 0,05$ artinya produk berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat. Sedangkan, nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5,428 > 1,688$). Maka, H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa variabel produk berpengaruh dan signifikan terhadap minat masyarakat.

Hal ini sekaligus menunjukkan bahwa hipotesis penelitian yang berbunyi “diduga ada pengaruh positif yang signifikan antara produk (X_2) terhadap minat masyarakat (Y)”, dapat diterima.

3) Pengaruh pelayanan (X_3) terhadap minat masyarakat (Y) di Desa Moyoketen Kecamatan Boyolangu Kabupaten Tulungagung

Dari tabel *coefficients* di atas menunjukkan bahwa t_{hitung} pelayanan sebesar 2,374. Sedangkan t_{tabel} bisa dihitung dan dilihat pada tabel *t-test* dengan $\alpha = 0,05$, $df = 36$ di dapat dari rumus ($df = n - k$, dimana n adalah jumlah responden dan k adalah jumlah variabel x dan y). Sehingga dengan nilai $\alpha = 0,05$ dan $df = 36$ maka di dapat nilai t_{tabel} sebesar 1,688.

Variabel pelayanan memiliki nilai sig. $0,023 < 0,05$ artinya pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat. Sedangkan, nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,374 > 1,688$). Maka, H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa variabel pelayanan berpengaruh dan signifikan terhadap minat masyarakat.

Hal ini sekaligus menunjukkan bahwa hipotesis penelitian yang berbunyi “diduga ada pengaruh positif yang signifikan antara pelayanan (X_3) terhadap minat masyarakat (Y)”, dapat diterima.

b. Uji Simultan (Uji F)

Uji F dilakukan untuk mengetahui koefisien secara keseluruhan. Uji ini digunakan untuk menguji pengaruh secara simultan/bersama-sama variabel independen terhadap variabel dependen. Berikut kriteria pengujian uji F adalah:

- 1) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

2) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Atau

1) Jika $p < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

2) Jika $p > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Tabel 4.59
Tabel Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	583.302	3	194.434	44.113	.000 ^a
	Residual	158.673	36	4.408		
	Total	741.975	39			

a. Predictors: (Constant), Pelayanan (X3), Promosi (X1), Produk (X2)

b. Dependent Variable: Minat Masyarakat (Y)

Sumber: Data primer diolah dari SPSS 17.0, 2020

Berdasarkan tabel 4.59 di atas dapat diketahui bahwa nilai F_{hitung} sebesar 44,113. Dengan tingkat signifikansi sebesar 5% atau 0,05 dengan $df_1 = k - 1$ ($4 - 1 = 3$), dan $df_2 = n - k$ ($40 - 4 = 36$), maka diperoleh nilai F_{tabel} pada nilai tabel nilai distribusi F sebesar 2,86. Dengan membandingkan antara F_{hitung} dengan F_{tabel} dapat diperoleh kesimpulan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $44,113 > 2,86$ dan nilai sig $0,000 < 0,05$. Maka, H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya, secara simultan atau bersama-sama terdapat pengaruh antara promosi (X_1), produk (X_2), dan pelayanan (X_3) terhadap minat masyarakat (Y).

Hal ini sekaligus menunjukkan bahwa hipotesis penelitian yang berbunyi “diduga ada pengaruh positif yang signifikan antara promosi (X_1), produk (X_2), dan pelayanan (X_3) terhadap minat masyarakat (Y)”, dapat diterima.

6. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi memiliki fungsi untuk mengetahui besarnya variasi independen untuk menerangkan variabel dependen atau sejauh mana kemampuan variabel independen (promosi, produk, dan pelayanan) terhadap variabel dependen (minat masyarakat). Dari perhitungan dengan menggunakan aplikasi SPSS 17.0 didapat nilai koefisien determinasi sebagai berikut:

Tabel 4.60
Tabel Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.887 ^a	.786	.768	2.099	.897

a. Predictors: (Constant), Pelayanan (X3), Promosi (X1), Produk (X2)

b. Dependent Variable: Minat Masyarakat (Y)

Sumber: Data primer diolah dari SPSS 17.0, 2020

Berdasarkan tabel 4.60 di atas dapat diketahui bahwa besarnya nilai *R Square* adalah 0,786 atau 78,6%. Nilai *R Square* berkisar antara 0 sampai dengan 1. Untuk regresi linier berganda sebaiknya menggunakan *R Square* yang sudah disesuaikan atau tertulis *Adjusted R Square*, karena disesuaikan

dengan jumlah variabel bebas yang digunakan (variabel bebas yang lebih dari 2).

Pada tabel Model Summary diketahui nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,768 atau 76,8%. Ini menunjukkan bahwa persentase variabel independen (promosi, produk, dan pelayanan) terhadap variabel dependen (minat masyarakat) sebesar 76,8%. Sedangkan sisanya ($100\% - 76,8\% = 23,2\%$) dipengaruhi oleh variabel lain yang belum dimasukkan dalam penelitian ini.

D. Analisis Kuesioner

1. Korelasi Indikator Variabel terhadap Teori

a. Korelasi Variabel Promosi (X_1)

1) Indikator Variabel Promosi terhadap periklanan (Advertising)

Tabel 4.61
Hasil Uji Korelasi Indikator terhadap Teori

		Correlations		
		X1.1.1	X1.1.2	X1.1_Total
X1.1.1	Pearson Correlation	1	.316*	.808**
	Sig. (2-tailed)		.047	.000
	N	40	40	40
X1.1.2	Pearson Correlation	.316*	1	.815**
	Sig. (2-tailed)	.047		.000
	N	40	40	40
X1.1_Total	Pearson Correlation	.808**	.815**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	40	40	40

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

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

Sumber: Data primer diolah dari SPSS 17.0, 2020

Berdasarkan tabel 4.61 diatas dapat diketahui bahwa hasil *Pearson Correlation* dari indicator pertanyaan X_{1.1.1} sebesar 0,808 dan X_{1.1.2} sebesar 0,815. Maka korelasi indikator terhadap teori periklanan (Advertising) terdapat pada X_{1.1.1} yaitu “Bank Syariah melakukan promosi dengan iklan yang menarik” sebesar 0,808 disusul X_{1.1.2} yaitu “Bank Syariah memasang spanduk dilokasi yang strategis” sebesar 0,815.

- 2) Indikator Variabel Promosi terhadap promosi penjualan (Sales Promotion)

Tabel 4.62
Hasil Uji Korelasi Indikator terhadap Teori

		Correlations		
		X1.2.1	X1.2.2	X1.2_Total
X1.2.1	Pearson Correlation	1	.271	.797**
	Sig. (2-tailed)		.091	.000
	N	40	40	40
X1.2.2	Pearson Correlation	.271	1	.797**
	Sig. (2-tailed)	.091		.000
	N	40	40	40
X1.2_Total	Pearson Correlation	.797**	.797**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	40	40	40

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

Sumber: Data primer diolah dari SPSS 17.0, 2020

Berdasarkan tabel 4.62 diatas dapat diketahui bahwa hasil *Pearson Correlation* dari indicator pertanyaan X_{1.2.1} sebesar 0,797 dan X_{1.2.2} sebesar 0,797. Maka korelasi indikator terhadap teori

promosi penjualan (Sales Promotion) terdapat pada X_{1.2.1} yaitu “Bank Syariah melakukan promosi melalui brosur yang informative” sebesar 0,797 disusul X_{1.2.2} yaitu “Bank Syariah sering memberikan diskon” sebesar 0,797.

3) Indikator Variabel Promosi terhadap Publisitas (Publicity)

Tabel 4.63
Hasil Uji Korelasi Indikator terhadap Teori

		Correlations		
		X1.3.1	X1.3.2	X1.3_Total
X1.3.1	Pearson Correlation	1	.187	.759**
	Sig. (2-tailed)		.247	.000
	N	40	40	40
X1.3.2	Pearson Correlation	.187	1	.782**
	Sig. (2-tailed)	.247		.000
	N	40	40	40
X1.3_Total	Pearson Correlation	.759**	.782**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	40	40	40

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

Sumber: Data primer diolah dari SPSS 17.0, 2020

Berdasarkan tabel 4.63 diatas dapat diketahui bahwa hasil Pearson Correlation dari indikator pertanyaan X_{1.3.1} sebesar 0,759 dan X_{1.3.2} sebesar 0,782. Maka korelasi indikator terhadap teori Publisitas (Publicity) terdapat pada X_{1.3.1} yaitu “Bank Syariah melakukan promosi melalui undian berhadiah” sebesar 0,759 disusul X_{1.3.2} yaitu “Bank Syariah mengenalkan produk-produknya dengan menggunakan media digital” sebesar 0,782.

- 4) Indikator Variabel Promosi terhadap Penjualan Pribadi (Personal Selling)

Tabel 4.64
Hasil Uji Korelasi Indikator terhadap Teori

		Correlations		
		X1.4.1	X1.4.2	X1.4_Total
X1.4.1	Pearson Correlation	1	.021	.779**
	Sig. (2-tailed)		.898	.000
	N	40	40	40
X1.4.2	Pearson Correlation	.021	1	.643**
	Sig. (2-tailed)	.898		.000
	N	40	40	40
X1.4_Total	Pearson Correlation	.779**	.643**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	40	40	40

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

Sumber: Data primer diolah dari SPSS 17.0, 2020

Berdasarkan tabel 4.64 diatas dapat diketahui bahwa hasil *Pearson Correlation* dari indikator pertanyaan X_{1.4.1} sebesar 0,779 dan X_{1.4.2} sebesar 0,643. Maka korelasi indikator terhadap teori Penjualan Pribadi (Personal Selling) terdapat pada X_{1.4.1} yaitu “Bank Syariah memberikan dorongan kepada nasabah untuk menggunakan produk yang ditawarkan” sebesar 0,779 disusul X_{1.4.2} yaitu “Pegawai Bank Syariah melakukan promosi secara langsung kepada nasabah” sebesar 0,643.

b. Korelasi Variabel Produk (X₂)

- 1) Indikator Variabel Produk terhadap Kualitas

Tabel 4.65
Hasil Uji Korelasi Indikator terhadap Teori

		Correlations		
		X2.1.1	X2.1.2	X2.1_Total
X2.1.1	Pearson Correlation	1	.655**	.918**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	40	40	40
X2.1.2	Pearson Correlation	.655**	1	.901**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	40	40	40
X2.1_Total	Pearson Correlation	.918**	.901**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	40	40	40

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

Sumber: Data primer diolah dari SPSS 17.0, 2020

Berdasarkan tabel 4.65 diatas dapat diketahui bahwa hasil *Pearson Correlation* dari indikator pertanyaan X_{2.1.1} sebesar 0,918 dan X_{2.1.2} sebesar 0,901. Maka korelasi indikator terhadap teori Kualitas terdapat pada X_{2.1.1} yaitu “Produk di Bank Syariah sesuai dengan kebutuhan/keinginan nasabah” sebesar 0,918 disusul X_{2.1.2} yaitu “Produk di Bank Syariah mudah dipahami” sebesar 0,901.

2) Indikator Variabel Produk terhadap Keanekaragaman

Tabel 4.66
Hasil Uji Korelasi Indikator terhadap Teori

		Correlations		
		X2.2.1	X2.2.2	X2.2_Total
X2.2.1	Pearson Correlation	1	.757**	.914**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	40	40	40
X2.2.2	Pearson Correlation	.757**	1	.957**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	40	40	40
X2.2_Total	Pearson Correlation	.914**	.957**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	40	40	40

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

Sumber: Data primer diolah dari SPSS 17.0, 2020

Berdasarkan tabel 4.66 diatas dapat diketahui bahwa hasil *Pearson Correlation* dari indikator pertanyaan X_{2.2.1} sebesar 0,914 dan X_{2.2.2} sebesar 0,957. Maka korelasi indikator terhadap teori Keanekaragaman terdapat pada X_{2.2.1} yaitu “Produk yang ditawarkan Bank Syariah sangat beragam” sebesar 0,914 disusul X_{2.2.2} yaitu “Produk yang ditawarkan Bank Syariah bervariasi dan menarik” sebesar 0,957.

3) Indikator Variabel Produk terhadap Keunggulan

Tabel 4.67
Hasil Uji Korelasi Indikator terhadap Teori

		Correlations		
		X2.3.1	X2.3.2	X2.3_Total
X2.3.1	Pearson Correlation	1	.387*	.783**
	Sig. (2-tailed)		.014	.000
	N	40	40	40
X2.3.2	Pearson Correlation	.387*	1	.877**
	Sig. (2-tailed)	.014		.000
	N	40	40	40
X2.3_Total	Pearson Correlation	.783**	.877**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	40	40	40

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

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

Sumber: Data primer diolah dari SPSS 17.0, 2020

Berdasarkan tabel 4.67 diatas dapat diketahui bahwa hasil *Pearson Correlation* dari indikator pertanyaan X_{2.3.1} sebesar 0,783 dan X_{2.3.2} sebesar 0,877. Maka korelasi indikator terhadap teori Keunggulan terdapat pada X_{2.3.1} yaitu “Di Bank Syariah menggunakan system bebas dari bunga bank” sebesar 0,783 disusul X_{2.3.2} yaitu “Produk pada Bank Syariah lebih unggul dari Bank Konvensional” sebesar 0,877.

4) Indikator Variabel Produk terhadap Merek

Tabel 4.68
Hasil Uji Korelasi Indikator terhadap Teori

		Correlations		
		X2.4.1	X2.4.2	X2.4_Total
X2.4.1	Pearson Correlation	1	.666**	.911**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000

	N	40	40	40
X2.4.2	Pearson Correlation	.666**	1	.915**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	40	40	40
X2.4_Total	Pearson Correlation	.911**	.915**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	40	40	40

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

Sumber: Data primer diolah dari SPSS 17.0, 2020

Berdasarkan tabel 4.68 diatas dapat diketahui bahwa hasil *Pearson Correlation* dari indikator pertanyaan X_{2.4.1} sebesar 0,911 dan X_{2.4.2} sebesar 0,915. Maka korelasi indikator terhadap teori Merek terdapat pada X_{2.4.1} yaitu “Produk pada bank Syariah mudah dikenali dan diingat” sebesar 0,911 disusul X_{2.4.2} yaitu “Produk pada bank Syariah selalu menarik perhatian” sebesar 0,915.

c. Korelasi Variabel Pelayanan (X₃)

1) Indikator Variabel Pelayanan terhadap Bukti fisik (tangibles)

Tabel 4.69
Hasil Uji Korelasi Indikator terhadap Teori
Correlations

		X3.1.1	X3.1.2	X3.1_Total
X3.1.1	Pearson Correlation	1	.599**	.897**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	40	40	40
X3.1.2	Pearson Correlation	.599**	1	.891**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	40	40	40
X3.1_Total	Pearson Correlation	.897**	.891**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	40	40	40

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

Sumber: Data primer diolah dari SPSS 17.0, 2020

Berdasarkan tabel 4.69 diatas dapat diketahui bahwa hasil *Pearson Correlation* dari indicator pertanyaan X_{3.1.1} sebesar 0,897 dan X_{3.1.2} sebesar 0,891. Maka korelasi indikator terhadap teori Bukti fisik (tangibles) terdapat pada X_{3.1.1} yaitu “Bank Syariah memiliki fasilitas yang memadai” sebesar 0,897 disusul X_{3.1.2} yaitu “Bank syariah memiliki jaringan kantor yang cukup banyak” sebesar 0,891.

2) Indikator Variabel Pelayanan terhadap Keandalan (reliability)

Tabel 4.70
Hasil Uji Korelasi Indikator terhadap Teori

		Correlations		
		X3.2.1	X3.2.2	X3.2_Total
X3.2.1	Pearson Correlation	1	.416**	.823**
	Sig. (2-tailed)		.008	.000
	N	40	40	40
X3.2.2	Pearson Correlation	.416**	1	.859**
	Sig. (2-tailed)	.008		.000
	N	40	40	40
X3.2_Total	Pearson Correlation	.823**	.859**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	40	40	40

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

Sumber: Data primer diolah dari SPSS 17.0, 2020

Berdasarkan tabel 4.70 diatas dapat diketahui bahwa hasil *Pearson Correlation* dari indicator pertanyaan X_{3.2.1} sebesar 0,823 dan X_{3.2.2} sebesar 0,859. Maka korelasi indikator terhadap teori Keandalan (reliability) terdapat pada X_{3.2.1} yaitu “Pegawai Bank

Syariah selalu berpenampilan sopan” sebesar 0,823 disusul X_{3.2.2} yaitu “Bank Syariah selalu memberikan pelayanan yang professional” sebesar 0,859.

3) Indikator Variabel Pelayanan terhadap Daya tanggap (responsiveness)

Tabel 4.71
Hasil Uji Korelasi Indikator terhadap Teori

		Correlations		
		X3.3.1	X3.3.2	X3.3_Total
X3.3.1	Pearson Correlation	1	.703**	.934**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	40	40	40
X3.3.2	Pearson Correlation	.703**	1	.910**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	40	40	40
X3.3_Total	Pearson Correlation	.934**	.910**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	40	40	40

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

Sumber: Data primer diolah dari SPSS 17.0, 2020

Berdasarkan tabel 4.71 diatas dapat diketahui bahwa hasil *Pearson Correlation* dari indicator pertanyaan X_{3.3.1} sebesar 0,934 dan X_{3.3.2} sebesar 0,910. Maka korelasi indikator terhadap teori Daya tanggap (responsiveness) terdapat pada X_{3.3.1} yaitu “Pegawai Bank Syariah selalu sigap dan cepat dalam melayani nasabah” sebesar 0,934 disusul X_{3.3.2} yaitu “Pegawai Bank Syariah selalu bersikap ramah” sebesar 0,910.

4) Indikator Variabel Pelayanan terhadap Jaminan (assurance)

Tabel 4.72
Hasil Uji Korelasi Indikator terhadap Teori
Correlations

		X3.4.1	X3.4.2	X3.4_Total
X3.4.1	Pearson Correlation	1	.747**	.934**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	40	40	40
X3.4.2	Pearson Correlation	.747**	1	.935**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	40	40	40
X3.4_Total	Pearson Correlation	.934**	.935**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	40	40	40

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

Sumber: Data primer diolah dari SPSS 17.0, 2020

Berdasarkan tabel 4.72 diatas dapat diketahui bahwa hasil *Pearson Correlation* dari indikator pertanyaan X_{3.4.1} sebesar 0,934 dan X_{3.4.2} sebesar 0,935. Maka korelasi indikator terhadap teori Jaminan (assurance) terdapat pada X_{3.4.1} yaitu “Bank Syariah memberikan jaminan keamanan dan kenyamanan dalam bertransaksi” sebesar 0,934 disusul X_{3.4.2} yaitu “Bank Syariah memberikan jaminan kerahasiaan data nasabah” sebesar 0,935.

5) Indikator Variabel Pelayanan terhadap Empati (empathy)

Tabel 4.73
Hasil Uji Korelasi Indikator terhadap Teori
Correlations

		X3.5.1	X3.5.2	X3.5_Total
X3.5.1	Pearson Correlation	1	.782**	.931**

	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	40	40	40
X3.5.2	Pearson Correlation	.782**	1	.955**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	40	40	40
X3.5_Total	Pearson Correlation	.931**	.955**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	40	40	40

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

Sumber: Data primer diolah dari SPSS 17.0, 2020

Berdasarkan tabel 4.73 diatas dapat diketahui bahwa hasil *Pearson Correlation* dari indikator pertanyaan X_{3.5.1} sebesar 0,931 dan X_{3.5.2} sebesar 0,955. Maka korelasi indikator terhadap teori Empati (empathy) terdapat pada X_{3.5.1} yaitu “Bank Syariah memahami kebutuhan nasabah” sebesar 0,931 disusul X_{3.5.2} yaitu “Di Bank Syariah proses transaksi lebih mudah” sebesar 0,955.

d. Korelasi Variabel Minat (Y)

1) Indikator Variabel Minat terhadap Keinginan (Desire)

Tabel 4.74
Hasil Uji Korelasi Indikator terhadap Teori

		Correlations		
		Y1.1	Y1.2	Y1_Total
Y1.1	Pearson Correlation	1	.426**	.876**
	Sig. (2-tailed)		.006	.000
	N	40	40	40
Y1.2	Pearson Correlation	.426**	1	.809**
	Sig. (2-tailed)	.006		.000
	N	40	40	40
Y1_Total	Pearson Correlation	.876**	.809**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	

N	40	40	40
---	----	----	----

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

Sumber: Data primer diolah dari SPSS 17.0, 2020

Berdasarkan tabel 4.74 diatas dapat diketahui bahwa hasil *Pearson Correlation* dari indikator pertanyaan Y_{1.1} sebesar 0,876 dan Y_{1.2} sebesar 0,809. Maka korelasi indikator terhadap teori Keinginan (Desire) terdapat pada Y_{1.1} yaitu “Saya memilih Bank Syariah karena produk bank syariah sesuai dengan kebutuhan/keinginan” sebesar 0,876 disusul Y_{1.2} yaitu “Saya memilih Bank Syariah karena ingin menjauhkan diri dari riba” sebesar 0,809.

2) Indikator Variabel Minat terhadap Ketertarikan (Interest)

Tabel 4.75
Hasil Uji Korelasi Indikator terhadap Teori

		Correlations		
		Y2.1	Y2.2	Y2_Total
Y2.1	Pearson Correlation	1	.376*	.835**
	Sig. (2-tailed)		.017	.000
	N	40	40	40
Y2.2	Pearson Correlation	.376*	1	.824**
	Sig. (2-tailed)	.017		.000
	N	40	40	40
Y2_Total	Pearson Correlation	.835**	.824**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	40	40	40

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

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

Sumber: Data primer diolah dari SPSS 17.0, 2020

Berdasarkan tabel 4.75 diatas dapat diketahui bahwa hasil *Pearson Correlation* dari indikator pertanyaan Y_{2.1} sebesar 0,835 dan

Y_{2.2} sebesar 0,824. Maka korelasi indikator terhadap teori Ketertarikan (Interest) terdapat pada Y_{2.1} yaitu “Saya tertarik memilih Bank Syariah karena ajakan teman” sebesar 0,835 disusul Y_{2.2} yaitu “Saya tertarik memilih Bank Syariah karena ikut-ikutan keluarga” sebesar 0,824.

3) Indikator Variabel Minat terhadap Perhatian (Attention)

Tabel 4.76
Hasil Uji Korelasi Indikator terhadap Teori

		Correlations		
		Y3.1	Y3.2	Y3_Total
Y3.1	Pearson Correlation	1	.732**	.948**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	40	40	40
Y3.2	Pearson Correlation	.732**	1	.911**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	40	40	40
Y3_Total	Pearson Correlation	.948**	.911**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	40	40	40

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

Sumber: Data primer diolah dari SPSS 17.0, 2020

Berdasarkan tabel 4.76 diatas dapat diketahui bahwa hasil *Pearson Correlation* dari indicator pertanyaan Y_{3.1} sebesar 0,948 dan Y_{3.2} sebesar 0,911. Maka korelasi indikator terhadap teori Perhatian (Attention) terdapat pada Y_{3.1} yaitu “Saya sering mengikuti

perkembangan Bank Syariah” sebesar 0,948 disusul Y_{3.2} yaitu “Saya senang dengan produk dan layanan bank Syariah” sebesar 0,911.

4) Indikator Variabel Minat terhadap Tindakan (Action)

Tabel 4.77
Hasil Uji Korelasi Indikator terhadap Teori

		Correlations		
		Y4.1	Y4.2	Y4_Total
Y4.1	Pearson Correlation	1	.672**	.912**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	40	40	40
Y4.2	Pearson Correlation	.672**	1	.916**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	40	40	40
Y4_Total	Pearson Correlation	.912**	.916**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	40	40	40

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

Sumber: Data primer diolah dari SPSS 17.0, 2020

Berdasarkan tabel 4.77 diatas dapat diketahui bahwa hasil *Pearson Correlation* dari indicator pertanyaan Y_{4.1} sebesar 0,912 dan Y_{4.2} sebesar 0,916. Maka korelasi indikator terhadap teori Tindakan (Action) terdapat pada Y_{4.1} yaitu “Saya akan terus menggunakan layanan di Bank Syariah” sebesar 0,912 disusul Y_{4.2} yaitu “Saya akan mengajak saudara/teman untuk melakukan transaksi di Bank Syariah” sebesar 0,916.

2. Korelasi Teori-teori terhadap Variabel

a. Teori-teori Promosi terhadap Variabel Promosi

Tabel 4.78
Hasil Uji Korelasi Teori-teori Promosi terhadap Variabel Promosi

		Correlations				
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1_Total
X1.1	Pearson Correlation	1	.562**	.617**	.703**	.866**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	40	40	40	40	40
X1.2	Pearson Correlation	.562**	1	.546**	.555**	.766**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	40	40	40	40	40
X1.3	Pearson Correlation	.617**	.546**	1	.693**	.865**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	40	40	40	40	40
X1.4	Pearson Correlation	.703**	.555**	.693**	1	.868**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	40	40	40	40	40
X1_Total	Pearson Correlation	.866**	.766**	.865**	.868**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	40	40	40	40	40

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

Sumber: Data primer diolah dari SPSS 17.0, 2020

Berdasarkan tabel 4.78 diatas dapat diketahui bahwa hubungan antara teori-teori promosi terhadap variabel promosi. Teori X_{1.1} menunjukkan korelasi sebesar 0,866, teori X_{1.2} menunjukkan korelasi sebesar 0,766, teori X_{1.3} menunjukkan korelasi sebesar 0,865, dan teori X_{1.4} menunjukkan korelasi sebesar 0,868. Jika r_{tabel} dalam penelitian ini sebesar 0,312 maka r_{hitung} dari teori X_{1.1}, X_{1.2}, X_{1.3}, dan X_{1.4} lebih besar dari nilai r_{tabel} , sedangkan nilai signifikan < 0,05. Maka dapat disimpulkan

bahwa terdapat korelasi yang signifikan antara teori X_{1.1}, X_{1.2}, X_{1.3}, dan X_{1.4} terhadap variabel promosi (X₁).

b. Teori-teori Produk terhadap Variabel Produk

Tabel 4.79
Hasil Uji Korelasi Teori-teori Produk terhadap Variabel Produk

		Correlations				
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2_Total
X2.1	Pearson Correlation	1	.523**	.327*	.719**	.759**
	Sig. (2-tailed)		.001	.040	.000	.000
	N	40	40	40	40	40
X2.2	Pearson Correlation	.523**	1	.626**	.807**	.889**
	Sig. (2-tailed)	.001		.000	.000	.000
	N	40	40	40	40	40
X2.3	Pearson Correlation	.327*	.626**	1	.577**	.766**
	Sig. (2-tailed)	.040	.000		.000	.000
	N	40	40	40	40	40
X2.4	Pearson Correlation	.719**	.807**	.577**	1	.926**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	40	40	40	40	40
X2_Total	Pearson Correlation	.759**	.889**	.766**	.926**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	40	40	40	40	40

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

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

Sumber: Data primer diolah dari SPSS 17.0, 2020

Berdasarkan tabel 4.79 diatas dapat diketahui bahwa hubungan antara teori-teori produk terhadap variabel produk. Teori X_{2.1} menunjukkan korelasi sebesar 0,759, teori X_{2.2} menunjukkan korelasi sebesar 0,889, teori X_{2.3} menunjukkan korelasi sebesar 0,766, dan teori X_{2.4} menunjukkan korelasi sebesar 0,926. Jika r_{tabel} dalam penelitian ini sebesar 0,312 maka r_{hitung} dari teori X_{1.1}, X_{1.2}, X_{1.3}, dan X_{1.4} lebih besar dari

nilai r_{tabel} , sedangkan nilai signifikan $< 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat korelasi yang signifikan antara teori $X_{1.1}$, $X_{1.2}$, $X_{1.3}$, dan $X_{1.4}$ terhadap variabel produk (X_2).

c. Teori-teori Pelayanan terhadap Variabel Pelayanan

Tabel 4.80
Hasil Uji Korelasi Teori-teori Pelayanan terhadap Variabel Pelayanan

		Correlations					
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3_Total
X3.1	Pearson Correlation	1	.427**	.430**	.585**	.187	.690**
	Sig. (2-tailed)		.006	.006	.000	.248	.000
	N	40	40	40	40	40	40
X3.2	Pearson Correlation	.427**	1	.591**	.468**	.237	.706**
	Sig. (2-tailed)	.006		.000	.002	.141	.000
	N	40	40	40	40	40	40
X3.3	Pearson Correlation	.430**	.591**	1	.428**	.548**	.808**
	Sig. (2-tailed)	.006	.000		.006	.000	.000
	N	40	40	40	40	40	40
X3.4	Pearson Correlation	.585**	.468**	.428**	1	.617**	.828**
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.006		.000	.000
	N	40	40	40	40	40	40
X3.5	Pearson Correlation	.187	.237	.548**	.617**	1	.713**
	Sig. (2-tailed)	.248	.141	.000	.000		.000
	N	40	40	40	40	40	40
X3_Total	Pearson Correlation	.690**	.706**	.808**	.828**	.713**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	40	40	40	40	40	40

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

Sumber: Data primer diolah dari SPSS 17.0, 2020

Berdasarkan tabel 4.80 diatas dapat diketahui bahwa hubungan antara teori-teori pelayanan terhadap variabel pelayanan. Teori X_{3.1} menunjukkan korelasi sebesar 0,690, teori X_{3.2} menunjukkan korelasi sebesar 0,706, teori X_{3.3} menunjukkan korelasi sebesar 0,808, teori X_{3.4} menunjukkan korelasi sebesar 0,828 dan teori X_{3.5} menunjukkan korelasi sebesar 0,713. Jika r_{tabel} dalam penelitian ini sebesar 0,312 maka r_{hitung} dari teori X_{1.1}, X_{1.2}, X_{1.3}, X_{1.4}, dan X_{1.5} lebih besar dari nilai r_{tabel} , sedangkan nilai signifikan $< 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat korelasi yang signifikan antara teori X_{1.1}, X_{1.2}, X_{1.3}, X_{1.4}, dan X_{1.5} terhadap variabel pelayanan (X₃).

d. Teori-teori Minat terhadap Variabel Minat

Tabel 4.81
Hasil Uji Korelasi Teori-teori Minat terhadap Variabel Minat

		Correlations				
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y_Total
Y1	Pearson Correlation	1	.401*	.704**	.717**	.762**
	Sig. (2-tailed)		.010	.000	.000	.000
	N	40	40	40	40	40
Y2	Pearson Correlation	.401*	1	.796**	.636**	.861**
	Sig. (2-tailed)	.010		.000	.000	.000
	N	40	40	40	40	40
Y3	Pearson Correlation	.704**	.796**	1	.784**	.950**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	40	40	40	40	40
Y4	Pearson Correlation	.717**	.636**	.784**	1	.889**

Correlations

	Y1	Y2	Y3	Y4	Y_Total
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
N	40	40	40	40	40
Y_Total Pearson Correlation	.762**	.861**	.950**	.889**	1
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
N	40	40	40	40	40

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

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

Sumber: Data primer diolah dari SPSS 17.0, 2020

Berdasarkan tabel 4.81 diatas dapat diketahui bahwa hubungan antara teori-teori minat terhadap variabel minat. Teori Y_1 menunjukkan korelasi sebesar 0,762, teori Y_2 menunjukkan korelasi sebesar 0,861, teori Y_3 menunjukkan korelasi sebesar 0,950, dan teori Y_4 menunjukkan korelasi sebesar 0,889. Jika r_{tabel} dalam penelitian ini sebesar 0,312 maka r_{hitung} dari teori Y_1 , Y_2 , Y_3 , dan Y_4 lebih besar dari nilai r_{tabel} , sedangkan nilai signifikan $< 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat korelasi yang signifikan antara teori Y_1 , Y_2 , Y_3 , dan Y_4 terhadap variabel minat (Y).