BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa Perbankan Syariah FEBI IAIN Tulungagung 2016 yang berjumlah 211 orang. Adapun karakteristik responden dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Jenis kelamin responden

Adapun data responden berdasarkan jenis kelamin adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1
Jenis Kelamin Responden

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Laki-Laki	31	14,69 %
2	Perempuan	180	85,31 %
	Jumlah	211	100 %

Sumber : Peneliti, 2020.

2. Usia responden

Di bawah ini adalah data responden berdasarkan usia seperti berikut ini:

Tabel 4.2
Usia Responden

No.	Usia	Jumlah	Persentase
1	21-23 Tahun	208	98,58 %
2	>23 Tahun	3	1,42 %
	Jumlah	211	100 %

Sumber:Peneliti,2020.

B. Analisis Deskriptif Variabel

Analisis deskriptif dilakukan berdasarkan 5 (lima) variabel yaitu promosi, persepsi, kepercayaan, pengetahuan, kelompok acuan, dan minat menabung yang berguna untuk mengetahui gambaran dari data yang didapatkan setelah penyebaran kuesioner. Di bawah ini paparan hasil analisis deskriptif dari jawaban responden yang telah diperoleh adalah sebagai berikut:

Tabel 4.3
Frekuensi Masing-Masing Variabel Indikator

Item	Frekuensi Jawaban					RATA-RATA
	SS	S	KS	TS	STS	
Pro 1.1	181	30	0	0	0	4,94
Pro 1.1	177	31	3	0	0	4,96
Pro 2.1	182	28	1	0	0	4,92
Pro 2.2	163	48	0	0	0	4,84
Pro 3.1	170	40	0	0	0	4,82
Pro 3.2	165	45	1	0	0	4,92
Pro 4.1	173	38	0	0	0	4,96
Pro 4.2	163	47	1	0	0	4,88
Per 1.1	150	52	8	0	1	4,90
Per 1.2	154	56	0	1	0	4,78
Per 2.1	162	45	4	0	0	4,96
Per 2.2	156	50	5	0	0	4,92
Per 3.1	163	45	3	0	0	4,92
Per 3.2	148	60	3	0	0	4,88
Kep 1.1	145	60	6	0	0	4,80
Kep 1.2	160	50	1	0	0	4,92
Kep 2.1	164	46	1	0	0	4,96
Kep 2.2	157	52	2	0	0	4,92
Kep 3.1	160	50	3	0	0	4,94
Kep 3.2	149	58	3	1	0	4,88
Peng 1.1	153	54	4	0	0	4,86
Peng 1.2	147	54	8	1	0	4,86
Peng 2.1	146	53	8	4	0	4,90
Peng 2.2	161	45	3	2	0	4,98

Peng 3.1	160	44	6	1	0	4,88
Peng 3.2	146	56	8	0	1	4,92
Kel 1.1	141	53	14	3	0	4,78
Kel 1.2	153	44	12	1	1	4,86
Kel 2.1	147	50	12	2	0	4,94
Kel 2.2	138	78	0	0	0	4,53
Min 1.1	151	51	4	3	2	4,98
Min 1.2	154	50	6	0	1	4,88
Min 2.1	155	47	8	0	1	4,94
Min 2.2	157	47	5	0	2	4,90
Min 3.1	159	46	4	1	1	4,88
Min 3.2	148	34	20	8	1	4,90
Min 4.1	158	44	6	3	0	4,92
Min 4.2	164	38	5	4	0	4,84
Jumlah Per Kategori	5.980	1.819	178	35	11	185,77
Total	8.023					

Sumber:Data Primer Diolah,2020.

Berdasarkan tabel 4.3 menjelaskan bahwa 74,53 % responden memilih kategori 5 (sangat setuju), 22,67 % responden memilih kategori 4 (setuju), 2,22 % responden memilih kategori 3 (kurang setuju), 0,44 % responden memilih kategori 2 (tidak setuju), dan 0,14 % responden memilih kategori 1 (sangat tidak setuju). Kategori yang banyak dipilih adalah 5 (sangat setuju) dan 4 (setuju).

Yang berarti promosi yang dilakukan perbankan syariah sudah banyak diketahui oleh mahasiswa dengan responden memilih 5 dan 4. Sama halnya dengan persepsi, responden cenderung memilih 5 dan 4 yang artinya persepsi mahasiswa tentang perbankan syariah juga berpengaruh baik. Kemudian kepercayaan, responden juga cenderung memilih 5 dan 4 yang artinya responden memiliki kepercayaan yang baik terhadap perbankan

syariah. Selanjutnya pengetahuan, responden juga cenderung memilih 5 dan 4 yang artinya pengetahuan mahasiswa tentang perbankan syariah juga baik. Yang terakhir yaitu kelompok acuan, responden juga cenderung memilih 5 dan 4 yang artinya ada pengaruh dari sebuah kelompok dalam mempengaruhi minat menabung.

C. Analisis Data

1) Uji Validitas

Jumlah responden dalam penelitian ini adalah 211 orang. Dari jumlah responden tersebut dapat diketahui besarnya nilai r tabel dengan derajat kebebasan (df) = 211 – 2 = 209 dengan tingkat signifikan yang digunakan 0,05 atau 5% sehingga diketahui nilai rtabel adalah 0,1351. Jadi, dalam penelitian ini untuk dikatakan valid, apabila nilai rhitung ≥ 0,1351. Hasil perhitungan uji validitas disajikan pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.4
Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	*Pearson Correlation* (r hitung)	r tabel	Keterangan
Promosi (X1)	Pro 1.1	0,602	0,1351	Valid
	Pro 1.2	0,564	0,1351	Valid
	Pro 2.1	0,566	0,1351	Valid
	Pro 2.2	0,653	0,1351	Valid
	Pro 3.1	0,542	0,1351	Valid
	Pro 3.2	0,565	0,1351	Valid
	Pro 4.1	0,553	0,1351	Valid
	Pro 4.2	0,497	0,1351	Valid
Persepsi (X2)	Per 1.1	0,657	0,1351	Valid
	Per 1.2	0,622	0,1351	Valid
	Per 2.1	0,696	0,1351	Valid
	Per 2.2	0,688	0,1351	Valid
	Per 3.1	0,608	0,1351	Valid
	Per 3.2	0,673	0,1351	Valid
Kepercayaan (X3)	Kep 1.1	0,761	0,1351	Valid
	Kep 1.2	0,669	0,1351	Valid
	Kep 2.1	0,706	0,1351	Valid
	Kep 2.2	0,705	0,1351	Valid
	Kep 3.1	0,757	0,1351	Valid
	Kep 3.2	0,760	0,1351	Valid
Pengetahuan (X4)	Peng 1.1	0,641	0,1351	Valid
	Peng 1.2	0,744	0,1351	Valid
	Peng 2.1	0,809	0,1351	Valid
	Peng 2.2	0,789	0,1351	Valid
	Peng 3.1	0,669	0,1351	Valid
	Peng 3.2	0,741	0,1351	Valid
Kelompok Acuan (X5)	Kel 1.1	0,808	0,1351	Valid
	Kel 1.2	0,813	0,1351	Valid
	Kel 2.1	0,802	0,1351	Valid
	Kel 2.2	0,212	0,1351	Valid
Minat Menabung (Y)	Min 1.1	0,797	0,1351	Valid
	Min 1.2	0,755	0,1351	Valid
	Min 2.1	0,730	0,1351	Valid
	Min 2.2	0,731	0,1351	Valid
	Min 3.1	0,794	0,1351	Valid

	Min 3.2	0,727	0,1351	Valid
	Min 4.1	0,779	0,1351	Valid
	Min 4.2	0,677	0,1351	Valid

sumber: Data Primer Diolah, 2020.

2) Uji Reliabilitas

Hasil perhitungan uji reliabilitas disajikan pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.5

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	***Cronbach's Alpha (α)***	**Keterangan**
Promosi (X_1)	0,695	Reliabel
Persepsi (X_2)	0,734	Reliabel
Kepercayaan (X_3)	0,820	Reliabel
Pengetahuan (X_4)	0,836	Reliabel
Kelompok Acuan (X_5)	0,625	Reliabel
Minat Menabung (Y)	0,883	Reliabel

Sumber:Data Primer Diolah,2020.

3) Uji Asumsi Klasik

a) Uji Normalitas Residual

Dari hasil perhitungan uji normalitas residual dapat diketahui nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,729 sehingga dapat diartikan bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) lebih besar dari 0,05 maka kesimpulannya residual dalam penelitian ini berdistribusi normal.

b) Uji Multikolinieritas

Berikut ini adalah hasil perhitungan uji multikolinieritas yang disajikan pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.6
Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	VIF	Keterangan
Promosi (X_1)	2,462	Tidak terjadi gejala multikolinieritas
Persepsi (X_2)	3,467	Tidak terjadi gejala multikolinieritas
Kepercayaan (X_3)	3,616	Tidak terjadi gejala multikolinieritas
Pengetahuan (X_4)	3,795	Tidak terjadi gejala multikolinieritas
Kelompok Acuan (X_5)	2,004	Tidak terjadi gejala multikolinieritas

Sumber:Data Primer Diolah,2020.

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas pada semua variabel yang digunakan karena nilai VIF $\leq$ 10.

c) Uji Autokorelasi

Dari hasil analisis dengan bantuan Software SPSS diperoleh nilai Durbin-Watson sebesar 2,039 dan untuk mendapatkan nilai dU harus melihat tabel Durbin-Watson dengan menggunakan (k : n) ; (6 : 211) maka nilai dU adalah 1,8339. Sehingga (dU < DW < 4 – dU)

; (1,8339 < 2,039 < 2,1661) maka kesimpulannya data yang digunakan tidak terjadi autokorelasi.

d) Uji Heteroskedastisitas

Berikut ini adalah hasil uji heteroskedastisitas yang disajikan pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.7
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sign.	Keterangan
Promosi (X_1)	0,897	Tidak terjadi gejala heteroskedastisitas
Persepsi (X_2)	0,564	Tidak terjadi gejala heteroskedastisitas
Kepercayaan (X_3)	0,056	Tidak terjadi gejala heteroskedastisitas
Pengetahuan (X_4)	0,179	Tidak terjadi gejala heteroskedastisitas
Kelompok Acuan (X_5)	0,321	Tidak terjadi gejala heteroskedastisitas

Sumber:Data Primer Diolah,2020.

Berdasarkan pada tabel di atas menunjukkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas pada kelima variabel yang digunakan karena nilai sig. lebih dari 0,05.

4) Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mngukur besarnya pengaruh atau kekuatan hubungan antara variabel promosi (X1), persepsi (X2), kepercayaan (X3), pengetahuan (X4) dan kelompok acuan (X5) terhadap minat menabung (Y). Sehingga dapat diketahui

pengaruh satu atau lebih variabel bebas terhadap satu variabel terikat. Hasil uji analisis regresi linier berganda dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.8
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

	Unstandarized Coefficients B
Konstanta	10,328
Promosi	0,185
Persepsi	0,355
Kepercayaan	0,807
Pengetahuan	0,063
Kelompok Acuan	0,524

Sumber:Data Primer Diolah,2020.

Berdasarkan hasil uji analisis regresi linier berganda pada tabel di atas diperoleh rumusan masalah sebagai berikut :

Y = a + b1X1 + b2X2 + b3X3 + b4X4 + b5X5 + e

Y = 10,328 + 0,185X1 + 0,355X2 + 0,807X3 + 0,063X4 + 0,524X5

Keterangan :

a. Konstanta (a)

   Nilai konstanta sebesar 10,328 menyatakan bahwa jika variabel promosi, persepsi, kepercayaan, pengetahuan dan kelompok acuan dalam keadaan tetap atau konstan maka nilai minat mahasiswa menabung di perbankan syariah sebesar 10,328.

b. Koefisien regresi promosi (X1)

   Koefisien regresi promosi (X1) sebesar 0,185 dan mempunyai nilai koefisien yang positif. Hal ini dapat diartikan bahwa setiap penambahan satu satuan pada variabel promosi maka akan berpengaruh meningkatkan minat menabung mahasiswa di Perbankan Syariah sebesar 0,185.

c. Koefisien regresi persepsi (X2)

Koefisien regresi persepsi (X2) sebesar 0,355 dan mempunyai nilai koefisien yang positif. Hal ini dapat diartikan bahwa setiap penambahan satu satuan pada variabel persepsi maka akan berpengaruh meningkatkan minat menabung mahasiswa di Perbankan Syariah sebesar 0,355.

d. Koefisien regresi kepercayaan (X3)

Koefisien regresi kepercayaan (X3) sebesar 0,807 dan mempunyai nilai koefisien yang positif. Hal ini dapat diartikan bahwa setiap penambahan satu satuan pada variabel kepercayaan maka akan berpengaruh meningkatkan minat menabung mahasiswa di Perbankan Syariah sebesar 0,807.

e. Koefisien regresi pengetahuan (X4)

Koefisien regresi pengetahuan (X4) sebesar 0,063 dan mempunyai nilai koefisien yang positif. Hal ini dapat diartikan bahwa setiap penambahan satu satuan pada variabel pengetahuan maka akan berpengaruh meningkatkan minat menabung mahasiswa di Perbankan Syariah sebesar 0,063.

f. Koefisien regresi kelompok acuan (X5)

Koefisien regresi kelompok acuan (X5) sebesar 0,524 dan mempunyai nilai koefisien yang positif. Hal ini dapat diartikan bahwa setiap penambahan satu satuan pada variabel kelompok

acuan maka akan berpengaruh meningkatkan minat menabung mahasiswa di Perbankan Syariah sebesar 0,524.

5) Uji Parsial atau Uji t

Pada t tabel dengan tingkat signifikansi (α) = 5% maka $df_{n-k} = df_{211-6}$ = 205, maka nilai t tabel sebesar 1,971. Berikut ini adalah hasil uji t yang disajikan pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.9
Hasil Uji t

Variabel	t hitung	t tabel	Sig.	Keterangan
Promosi	1,997	1,971	0,050	Signifikan
Persepsi	3,411	1,971	0,001	Signifikan
Pengetahuan	0,681	1,971	0,065	Tidak Signifikan
Kepercayaan	3,594	1,971	0,043	Signifikan
Kelompok Acuan	0,614	1,971	0,085	Tidak Signifikan

Sumber:Data Primer Diolah,2020.

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa secara parsial, variabel yang berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di perbankan syariah hanya variabel promosi, persepsi, dan kepercayaan.

6) Uji Simultan atau Uji F

Pada F tabel diketahui df1 k-1 = 5 dan df2 n-k = 205, maka nilai F tabel sebesar 2,25.

Berikut ini adalah hasil uji F yang disajikan pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.10
Hasil Uji F

Variabel	F_{hitung}	Sig.
Promosi, Persepsi, Kepercayaan, Pengetahuan,Kelompok Acuan	191,105	0,000

Sumber:Data Primer Diolah,2020.

Berdasarkan hasil uji anova pada tabel di atas dapat diketahui F_{hitung} = 191,105 $\geq$ 2,25 = F_{tabel} yaitu dengan nilai Sig. = 0,000 $\leq$ 0,05 = α , sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima. Maka kesimpulannya menunjukkan bahwa variabel bebas (promosi, persepsi, kepercayaan, pengetahuan, dan kelompok acuan) berpengaruh secara simultan terhadap minat menabung mahasiswa di bank syariah.

7) Uji Koefisien Determinasi (R Square)

Pengujian ini digunakan untuk menghitung keeratan hubungan variabel promosi, persepsi, pengetahuan, kepercayaan dan kelompok acuan yang berpengaruh terhadap minat menabung di Perbankan Syariah. Di mana kriteria pengambilan keputusannya adalah:

a. Jika K_d mendeteksi nol, maka pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen lemah.
b. Jika K_d mendeteksi satu, maka pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen kuat.

Hasil perhitungan dengan bantuan software SPSS diperoleh nilai *R Square* sebesar sebesar 0,820. Hal ini menunjukkan bahwa semua variabel bebas yaitu promosi, persepsi, pengetahuan, kepercayaan dan kelompok acuan berkonstribusi bersama-sama sebesar 82 % terhadap minat menabung di Perbankan Syariah. Sedangkan 18 % sisanya dipengaruhi faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.