

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN**

#### **A. Deskripsi Objek Penelitian**

##### **1. Letak Geografis Objek Penelitian**

Penelitian ini mengambil lokasi pada Institut Agama Islam Negeri Tulungagung Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang terletak di Jl. Mayor Sujadi Timur No. 4 Tulungagung 66221.

##### **2. Visi, Misi dan Tujuan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung**

###### **a. Visi**

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

“Terwujudnya Faklutas Ekonomi dan Bisnis Islam sebagai pusat pengkajian, pengembangan, dan penerapan ilmu ekonomi dan bisnis islam yang mampu bersaing secara nasional pada tahun 2021”

###### **b. Misi**

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

- 1) Menyelenggarakan program pendiidkan dan pengajaan untuk menghasilkan lulusan yang memiliki keunggulan kompetitif

- 2) dalam mengembangkan ketrampilan di bidang ekonomi dan bisnis islam.
  - 3) Menyelenggarakan kegiatan penelitian dan pengkajian keilmuan di bidang ekonomi dan bisnis islam secara multidisipliner yang berkualitas dan bermanfaat bagi kepentingan akademik dan masyarakat.
  - 4) Menyelenggarakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat efektif dan berkelanjutan dengan memanfaatkan keilmuan di bidang ekonomi dan bisnis islam dalam rangka memajukan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.
  - 5) Membangun kerja sama dengan berbagai pihak (baik dalam maupun luar negeri) untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas pelaksanaan tridharma perguruan tinggi, terutama dalam bidang ekonomi dan bisnis islam.
- c. Tujuan
- 1) Terselenggaranya tata Kelola Lembaga yang terkoordinasi terstruktur dan hirarki dari masing-masing bidang dapat bekerja sesuai dengan tugas pokok dan fungsi serta tanggung jawab.
  - 2) Terwujudnya sarjana ekonomi dan bisnis islam yang kompetitif jujur, adil, berjiwa enterpreneur yang kehidupan mampu menganalisis perkembangan ekonomi dan bisnis secara teoritik dan aplikatif sesuai kebutuhan masyarakat.

- 3) Terselenggaranya penelitian dan pengembangan ilmu ekonomi dan bisnis islam yang dapat meningkatkan kualitas masyarakat.
- 4) Terselenggaranya kegiatan pengabdian masyarakat melalui penyuluhan, pendampingan, dan pemberdayaan ekonomi yang dilakukan masyarakat.
- 5) Terselenggaranya Kerjasama dan kemitraan dengan pihak luar, pemerintah swasta, perguruan tinggi, sector industry, kalangan professional, baik di tingkat kabupaten, provinsi, nasional maupun internasional melalui program magang, praktek pengalaman lapangan, penelitian bersama, kuliah non formal/kuliah tamu dan rekrutmen kerja lulusan dan pengadaan sarana dan prasarana dengan manfaat yang bisa disarankan masing-masing pihak.
- 6) Tergalinya potensi ekonomi yang ada di masyarakat dengan membuka peluang-peluang usaha yang dapat dikembangkan dengan sentuhan kreativitas yang mampu membuka pangsa pasar baru.

### **3. Sejarah singkat Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung**

Institut Agama Islam Negeri Tulungagung merupakan Lembaga perguruan tinggi negeri di Kabupaten Tulungagung. Perjalanan dan perkembangan Institut Agama Islam merupakan cikal bakal berdirinya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Institute Agama Islam Negeri

(IAIN) Tulungagung berdiri berawal dari sekolah persiapan (SP) Singoleksono, kemudian berturut-turut mengalami perubahan dan perkembangan menjadi Fakultas Tarbiyah IAIN Sunan Ampel Tulungagung. Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Tulungagung dan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Tulungagung oleh karena itu, sejarah masing-masing dari keempat kelembagaan tersebut yang paparan berikutnya ada dipilih menjadi empat periode kelembagaan yaitu:

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

Seiring dengan perkembangan dan ketersediaan sarana, prasarana tenaga pendidik dan peningkatan jumlah mahasiswa, maka Sekolah Tinggi Agama Islam (STAIN) Tulungagung ditingkatkan status kelembagaan menjadi Institut Agama Islam Negeri Tulungagung. Alih status ini ditetapkan Institut dengan peraturan presiden RI No. 50 tahun 2013 pada tanggal 6 Agustus 2013 tentang alih status Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Tulungagung menjadi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Tulungagung dan dikuatkan dengan peraturan Menteri Agama RI Nomor 90 Tahun 2013 tentang organisasi dan tata kerja Institut Agama Islam Negeri Tulungagung. Peresmian IAIN Tulungagung dilakukan pada tanggal 27 Desember 2013 oleh Menteri agama RI Suryadharma

Ali, M.Sc. pada saat itu sekaligus dilakukan pelantikan Rekor Institut Agama Islam Negeri Tulungagung, yaitu Dr. Maftukin, M.ag untuk periode 2013-2017.

Berdasarkan PMA Nomor 90 tahun 2013 tentang organisasi tata kerja IAIN Tulungagung tersebut IAIN Tulungagung terdiri dari 4 (Empat) Fakultas dan Pascasarjana, yaitu Fakultas Ushuludin Adab Dakwah, dan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam mengelola 2 program studi, yaitu perbankan syariah, dan program studi ekonomi syariah. Program perbankan syariah yang pada mulanya bergabung dengan jurusan syariah berdiri pada tahun 2010, sehingga mahasiswa Angkatan pertama adalah tahun akademik 2010/2011. Pada awal berdirinya, program studi perbankan syariah bernama manajemen perbankan syariah (MPS). Kemudian berdasarkan pada SK Dirjen Pendiri nama menjadi perbankan syariah. Gelar yang diperoleh dari program studi perbankan syariah adalah sarjana ekonomi (S.E, Sy.).

Pada saat masih bergabung dengan jurusan syariah (dalam bentuk STAIN) Ketua Program Perbankan Syariah dijabat oleh Dr. Agus Eko Sujianto, S.E, M.M untuk periode 2010-2014. Sedangkan program studi Ekonomi Syariah berdiri pada tahun 2012 juga bergabung dengan jurusan syariah (STAIN) sehingga menerima mahasiswa baru pertama kali pada tahun Akademik 2012/2013. Gelar yang diperoleh dari program studi Ekonomi Syariah (S.E. Sy). Ketua program studi Ekonomi Syariah yang pertama dijabat oleh Muhammad Asad, M.Ag. Untuk periode 2012-2014.

Kemudian pada tahun 2015 berdiri program studi Akuntansi Syariah, sehingga pada tahun akademik 2015-2016. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam mengelola 3 (tiga) program studi yaitu:

- a. Perbankan syariah (PS) jenjang S-1 dengan gelar Sarjana Ekonomi Syariah (S.E, Sy)
- b. Ekonomi Syariah (ES) jenjang S-1 dengan gelar Sarjana Ekonomi Syariah (S.E, Sy)
- c. Akuntansi Syariah (AKS) jenjang S-1 dengan gelar Sarjana Ekonomi Syariah (S.E, Sy)

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada tahun 2014 untuk pertama kali mewisuda mahasiswa angkatan pertama program studi Perbankan Syariah sebanyak 48 mahasiswa, kemudian pada tahun 2015 mewisuda sebanyak 72 mahasiswa. Sehingga alumni mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam sebanyak 120 alumni. Perubahan gelar selanjutnya mengikuti peraturan PMA nomor 33 tahun 2016. Pada tahun 2017 mengelola (enam) program studi dengan gelar strata 1 (S.E) yaitu:

- a. Perbankan Syariah (PS)
- b. Ekonomi Syariah (ES)
- c. Akuntansi Syariah (AKS)
- d. Manajemen Bisnis Syariah (MBS)
- e. Manajemen Keuangan Syariah (MKS)
- f. Manajemen Zakat Wakaf (MAZAWA)

#### 4. Struktur Organisasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN

##### Tulungagung

**Tabel 4.1**  
**Struktur Organisasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN**  
**Tulungagung**

<b>Jabatan</b>	<b>Nama</b>
Dekan	Dr. H. Dede Nurohman, M.ag.
Wakil Dekan Bidang Akademik	Dr. H. Mashudi, M.Pd.I
Wakil Bidang Administrasi Umum Perencanaan Dan Keuangan	Dr. Nur Aini Latifah, S.E.,M.M
Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan Alumni	Dr.Sutopo, M.Pd.
Ketua Jurusan Perbankan Syariah	Muhammad Aqim Adlan, M.E.I.
Ketua Jurusan Ekonomi Syariah	Dr. Muhammad Aswad, S.Ag., MA
Ketua Jurusan Akuntansi Syariah	Dr. Qomarul Huda, M.Ag
Ketua Jurusan Manajemen Bisnis Syariah	Nur Aziz Muslim, M.H.I
Ketua Jurusan Manajemen Keuangan Syariah	Hj. Amalia Nuril Hidayati, M.Sy
Ketua Jurusan Manajemen Zakat Wakaf	Dyah Pravitasari, S.E, M.S.A.
Sekretaris Jurusan Perbankan Syariah	Refki Rusyadi, M.Pd.I
Sekretaris Jurusan Ekonomi Syariah	Suminto, M.Pd.I
Sekretaris Jurusan Akuntansi Syariah	Dedi Suselo, MM.
Sekretaris Jurusan Manajemen Bisnis Syariah	Nurul Fitri Ismayanti, M.E.I
Sekretaris Jurusan Manajemen Keuangan Syariah	Moh. Rois Abin, M.Pd.I
Sekretaris Jurusan Manajemen Zakat Wakaf	Ahmad Budiman, M.S.I
Kabag TU Fakultas	Hj. Masruroh Tri Handayani,

	S.Ag., M.Pd
Kasubag Administrasi Umum Dan Keuangan (Plt)	Apriliyah, S.Kom, M.M
Kasubag Akademik Kemahasiswaan Dan Alumni	Drs. H. Miftahul Huda
Kepala Laboraturium	Siswahyudianto, S.Pd.I. M.M.
Laborat	Nurhadi Syaifudin Zuhri, S.e
Staf	Moch. Turmudi, S.Kom
Staf	Wahyu Nita Kurrataa;yun Nuriski, S.e
Staf	Azizul Hanifah Hadi, S.Kom.

## B. Karakteristik Responden

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dengan cara menyebar kuesioner kepada 94 mahasiswa Fkultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tlungagung, maka dapat diambil beberapa gambaran tentang karakteristik responden yang diteliti. Adapun karakteristik responden tersebut sebagai berikut:

### 1. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

**Tabel 4.2**  
**Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
1.	Laki-Laki	42	45%
2.	Perempuan	52	55%
Jumlah		94	100%

*Sumber: Data Primer yang diolah, 2021*

Berdasarkan pada tabel 4.2 dapat diketahui dari 94 responden, jumlah responden laki-laki sebanyak 42 responden atau 45% sedangkan



data responden yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 52 responden atau 55%.

## 2. Karakteristik responden berdasarkan jurusan

**Tabel 4.3**  
**Responden Berdasarkan Jurusan**

No	Jurusan	Jumlah	Persentase (%)
1.	Perbankan Syariah	49	52%
2.	Ekonomi Syariah	19	20%
3.	Akuntansi Syariah	7	7%
4.	Manajemen Bisnis Syariah	10	10%
5.	Manajemen Keuangan Syariah	3	3%
6.	Manajemen Zakat Wakaf	6	7%
Jumlah		94	100%

Sumber: Data Primer yang diolah, 2021

Berdasarkan pada tabel 4.3 diatas dapat diketahui bahwa dari 94 responden, jumlah responden yang dari jurusan perbankan syariah sebanyak 49 responden atau 52%, jurusan ekonomi syariah sebanyak 19 Rresponden atau 20%, jurusan akuntansi syariah sebanyak 7 responden atau 7%, jurusan manajemen bisnis syariah sebanyak 10 responden atau 10%, jurusan manajemen keuangan syariah sebanyak 3 responden atau 3%, dan jurusan manajemen zakat wakaf sebanyak 6 responden atau 7%.

## C. Deskriptif Variabel Penelitian

### 1. Pengetahuan (X1)

Pengetahuan adalah sejumlah pengalaman dengan berbagai macam informasi tentang produk atau jasa tertentu yang dimiliki. Pengetahuan

merupakan salah satu factor pendukung penting dalam bagi seorang atau masyarakat dalam menentukan pilihan terhadap suatu hal. Termasuk dalam menentukan pilihan dimana mereka akan menitipkan dananya.

**Tabel 4.4**  
**Rekapitulasi Pilihan Responden Variabel Pengetahuan**

No.Angket	Jumlah responden memilih					
	SS	S	N	TS	STS	Total
<b>X1.1</b>	10	74	10	0	0	94
<b>X1.2</b>	8	73	13	0	0	94
<b>X1.3</b>	12	67	15	0	0	94
<b>X1.4</b>	14	59	21	0	0	94

Sesuai dengan tabel 4.4 tersebut, dapat diketahui bahwa dari 94 responden mahasiswa FEBI yang menyatakan sangat setuju mengenai pernyataan pengetahuan sebanyak 44. Kemudian responden yang menyatakan setuju sebanyak 273. Untuk responden yang menyatakan netral sebanyak 59. Dengan tanggapan responden yang mayoritas menjawab setuju menunjukkan bahwa variabel pengetahuan mendapat tanggapan positif.

## **2. Reputasi (X2)**

Reputasi bank diartikan suatu bangunan sosial yang mengayomi suatu hubungan, kepercayaan yang akhirnya akan menciptakan brand image bagi suatu perusahaan. Reputasi yang baik dan terpercaya merupakan sumber keunggulan bersaing suatu bank. Adanya reputasi

yang baik dalam sebuah perusahaan bank akan menimbulkan kepercayaan bagi nasabahnya.

**Tabel 4.5**  
**Rekapitulasi Pilihan Responden Variabel Reputasi**

No.Angket	Jumlah responden memilih					
	SS	S	N	TS	STS	Total
<b>X2.1</b>	4	82	8	0	0	94
<b>X2.2</b>	8	71	15	0	0	94
<b>X2.3</b>	9	71	14	0	0	94
<b>X2.4</b>	7	76	11	0	0	94

Sesuai tabel 4.5, dapat diketahui bahwa dari 94 responden mahasiswa FEBI yang menyatakan sangat setuju mengenai pernyataan reputasi sebanyak 28. Kemudian responden yang menyatakan setuju sebanyak 300. Untuk responden yang menyatakan netral sebanyak 48. Dengan tanggapan responden yang mayoritas menjawab setuju menunjukkan bahwa variabel reputasi mendapat tanggapan positif.

### **3. Promosi (X3)**

Promosi adalah suatu aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi, membujuk, dan atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan. Selain itu promosi dapat diartikan sebagai suatu kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk menginformasikan,

mempengaruhi, membujuk dan pada akhirnya konsumen mengambil Tindakan melaksanakan transaksi pembelian pada produk atau jasa yang dipromosikan.

**Tabel 4.6**  
**Rekapitulasi Pilihan Responden Variabel Promosi**

No.Angket	Jumlah responden memilih					
	SS	S	N	TS	STS	Total
<b>X3.1</b>	12	57	21	4	0	94
<b>X3.2</b>	19	39	27	9	0	94
<b>X3.3</b>	9	50	29	4	2	94
<b>X3.4</b>	4	48	35	7	0	94
<b>X3.5</b>	13	45	27	7	2	94

Sesuai dengan tabel 4.6, dapat diketahui bahwa dari 94 responden mahasiswa FEBI yang menyatakan sangat setuju mengenai pernyataan promosi sebanyak 57. Kemudian responden yang menyatakan setuju sebanyak 239. Responden yang menyatakan netral sebanyak 139. Responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak 31. Responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 4. Dengan tanggapan responden yang mayoritas menjawab setuju menunjukkan bahwa variabel promosi mendapat tanggapan positif.

#### 4. Produk (X4)

Produk ialah seperangkat atribut baik berwujud, termasuk didalamnya masalah warna, harga, nama baik produk, nama baik pabrik, nama baik toko yang menjual, dan pelayanan pabrik serta pelayanan penjual yang di terima oleh pembeli guna memuaskan keinginannya.

**Tabel 4.7**  
**Rekapitulasi Pilihan Responden Variabel Produk**

No.Angket	Jumlah responden memilih					
	SS	S	N	TS	STS	Total
X4.1	15	69	10	0	0	94
X4.2	12	78	4	0	0	94
X4.3	14	74	6	0	0	94
X4.4	14	70	10	0	0	94

Sesuai dengan tabel 4.7, dapat diketahui bahwa dari 94 responden mahasiswa FEBI yang menyatakan sangat setuju mengenai pernyataan produk sebanyak 55. Kemudian responden yang menyatakan setuju sebanyak 291. Untuk responden yang menyatakan netral sebanyak 30. Dengan tanggapan responden yang mayoritas menjawab setuju menunjukkan bahwa variabel produk mendapat tanggapan positif.

#### 5. Minat (Y)

Minat adalah suatu yang berhubungan dengan rencana konsumen untuk membeli produk tertentu serta beberapa banyak unit produk yang

dibutuhkan pada periode tertentu. Dapat di katakana bahwa minat pembelian merupakan pernyataan mental dari konsumen yang merefleksikan rencana pembelian sejumlah produk dengan merek tertentu. Hal ini sangat diperlukan oleh para pemesan untuk mengetahui minat pembelian konsumen terhadap suatu produk, baik dari pemasar maupun ahli ekonomi menggunakan variable minat untuk memprediksi perilaku konsumen di masa yang akan datang.

**Tabel 4.8**  
**Rekapitulasi Pilihan Responden Variabel Minat**

No.Angket	Jumlah responden memilih					
	SS	S	N	TS	STS	Total
<b>Y1.1</b>	20	64	10	0	0	94
<b>Y1.2</b>	13	76	5	0	0	94
<b>Y1.3</b>	11	81	2	0	0	94
<b>Y1.4</b>	11	82	1	0	0	94

Sesuai dengan tabel 4.8, dapat diketahui bahwa dari 94 responden mahasiswa FEBI yang menyatakan sangat setuju mengenai pernyataan minat sebanyak 55. Kemudian responden yang menyatakan setuju sebanyak 303. Untuk responden yang menyatakan netral sebanyak 18. Dengan tanggapan responden yang mayoritas menjawab setuju menunjukkan bahwa variabel minat mendapat tanggapan positif. Dapat diketahui sebaran nilai angket pada variabel minat memiliki konsistensi

pilihan. Namun sebagian besar memilih pada opsi setuju dan sangat setuju sekitar 80 responden, kurang setuju menjadi pilihan sebagian kecil responden dan bahkan tidak ada yang memilih tidak setuju dan sangat tidak setuju.

#### **D. Analisis Data**

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel independent yaitu pengetahuan, reputasi, promosi, dan produk sedangkan variabel dependnt yaitu minat menjadi nasabah di bank syariah. Data dari variabel-variabel tersebut diperoleh dari hasil kuesioner yang telah disebar sebanyak 94 responden. Uji keshahihan dan keandalan kuesioner ini dilakukan dengan computer menggunakan SPSS 20. Berikut hasil Analisa terhadap jawaban responden.

##### **1. Uji Validitas**

Uji validitas merupakan analisis dari masing-masing butir pertanyaan atau pernyataan yang dapat dilihat pada nilai Corrected Item-Total Correlation. Untuk degree of freedom  $(df)=n-2$ , dalam hal ini n adalah banyaknya sampel. Pada penelitian ini besarnya df dapat dihitung  $94-2=92$  dengan alpha 0,05 didapat  $R_{tabel}$ =jika R hitung dan nilai R positif, maka butir pertanyaannya dikatakan valid. Uji validitas dari 21 item pernyataan dengan tingkat signifikan 5% dan  $df=92$  orang diperoleh R tabel sebesar 0,2028 maka hasil pengujian validitas adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.9**  
**Hasil Uji Validitas**

Variabel	No.Item	Corrected Item-Total Correlation	R table	Keterangan
Pengetahuan (X1)	X1.1	0,558	0,2028	Valid
	X1.2	0,568	0,2028	Valid
	X1.3	0,744	0,2028	Valid
	X1.4	0,662	0,2028	Valid
Reputasi (X2)	X2.1	0,509	0,2028	Valid
	X2.2	0,684	0,2028	Valid
	X2.3	0,689	0,2028	Valid
	X2.4	0,631	0,2028	Valid
Promosi (X3)	X3.1	0,631	0,2028	Valid
	X3.2	0,729	0,2028	Valid
	X3.3	0,563	0,2028	Valid
	X3.4	0,566	0,2028	Valid
	X3.5	0,695	0,2028	Valid
Produk (X4)	X4.1	0,679	0,2028	Valid
	X4.2	0,432	0,2028	Valid
	X4.3	0,609	0,2028	Valid
	X4.4	0,697	0,2028	Valid
Minat (Y)	Y1.1	0,726	0,2028	Valid
	Y1.2	0,568	0,2028	Valid
	Y1.3	0,641	0,2028	Valid
	Y1.4	0,606	0,2028	Valid

Sumber: Data Primer yang diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.9 di atas menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan pada kuesioner yang disebarakan pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam mempunyai nilai R hitung > dari R tabel (0,2028) dan bernilai positif, sehingga butir pernyataan tersebut dinyatakan valid.

## 2. Uji Realibilitas

Uji reliabilitas adalah hasil pengukuran yang dapat dipercaya. Dengan tujuan untuk mendapatkan data sesuai dengan tujuan pengukuran. Untuk mencapai hal tersebut, dilakukan uji reliabilitas



dengan metode Cronbach's Alpha. Kuesioner dinyatakan reliabel jika mempunyai nilai Cronbach's Alpha  $> 0,60$ , maka kuesioner dikatakan reliabel.

**Tabel 4.10**  
**Hasil Uji Realibilitas**

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Item
Pengetahuan (X1)	0,506	4
Reputasi (X2)	0,500	4
Promosi (X3)	0,637	5
Produk (X4)	0,441	4
Minat (Y)	0,496	4

Sumber: Data Primer Yang diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.10 diatas, menunjukkan bahwa nilai Cronbach's Alpha variabel pengetahuan (X1) sebesar  $0,506 < 0,60$ , nilai Cronbach's Alpha variabel reputasi (X2) sebesar  $0,500 < 0,60$ , nilai Cronbach's Alpha variabel promosi (X3) sebesar  $0,637 > 0,60$ , nilai Cronbach's Alpha produk (X4) sebesar  $0,441 < 0,60$ , nilai Cronbach's Alpha minat (Y) sebesar  $0,496 < 0,60$ . Jadi dapat disimpulkan bahwa pengetahuan (X1), reputasi (X2), produk (X4), dan minat (Y) memiliki nilai Cronbach's Alpha  $< 0,60$  yang dikatakan cukup reliabel, sedangkan promosi (X3) memiliki nilai Cronbach's Alpha  $> 0,60$  dan dapat dikatakan reliabel.

### 3. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Uji normalitas data menggunakan One Sample

Kolmogrov-Smirnov Test. Asumsi dikatakan normal jika variabel memiliki signifikan atau nilai probability lebih dari 0,05. Berikut data dapat dilihat pada hasil uji normalitas.

**Tabel 4.11**  
**Hasil Uji Normalitas**  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		94
Normal	Mean	.0000000
Parameters <sup>a</sup>	Std. Deviation	.89039578
Most	Extreme Absolute	.099
Differences	Positive	.085
	Negative	-.099
Kolmogorov-Smirnov Z		.964
Asymp. Sig. (2-tailed)		.311
a. Test distribution is Normal.		

*Sumber: Data Primer yang diolah, 2021*

Berdasarkan tabel 4.11 menunjukkan bahwa nilai One-Sample Kolmogrov-Smirnov Test dengan residual, dapat diketahui bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,311 lebih besar dari 0,05. Jadi dapat disimpulkan bahwa One-Sample Kolmogrov-Smirnov Test data tersebut berdistribusi normal.

#### 4. Uji Asumsi Klasik

##### a. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui adanya korelasi antar variabel independent (bebas). Model regresi yang baik adalah jika tidak terjadi korelasi terhadap variabel bebas atau tidak terjadi gejala multikolinieritas. Jika Variance Inflation Factor (VIF)  $< 10,00$  maka tidak terjadi multi kolinieritas. Dan jika nilai Tolerance lebih  $0,10$  maka tidak terjadi multikolinieritas. Berikut hasil uji multikolinieritas masing-masing variabel.

**Tabel 4.12**  
**Hasil Uji Multikolinieritas**

Variabel	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Pengetahuan (X1)	0,883	1,132
Reputasi (X2)	0,839	1,192
Promosi (X3)	0,997	1,003
Produk (X4)	0,881	1,135

a. Dependent Variable: Minat

*Sumber: Data Primer yang diolah, 2021*

Berdasarkan tabel 4.12 diatas, menunjukkan bahwa nilai VIF variabel pengetahuan sebesar  $1,132 < 10$  dan nilai tolerance  $0,883 > 0,10$ , nilai VIF variabel reputasi sebesar  $1,192 < 10$  dan nilai tolerance  $0,839$ , nilai VIF variabel promosi sebesar  $1,003 < 10$  dan nilai tolerance  $0,997$ , nilai VIF variabel produk sebesar  $1,135 < 10$

dan nilai tolerance  $0,881 > 0,10$ . Dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel independent tersebut tidak terjadi gejala multikolinieritas.

### b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan uji model regresi untuk mengetahui ketidaksamaan variance dan residual satu pengamatan yang lainnya. Untuk mengetahui ada tidaknya hereskedastisitas pada suatu model yang dapat dilihat pada pola gambar Scatterplot.

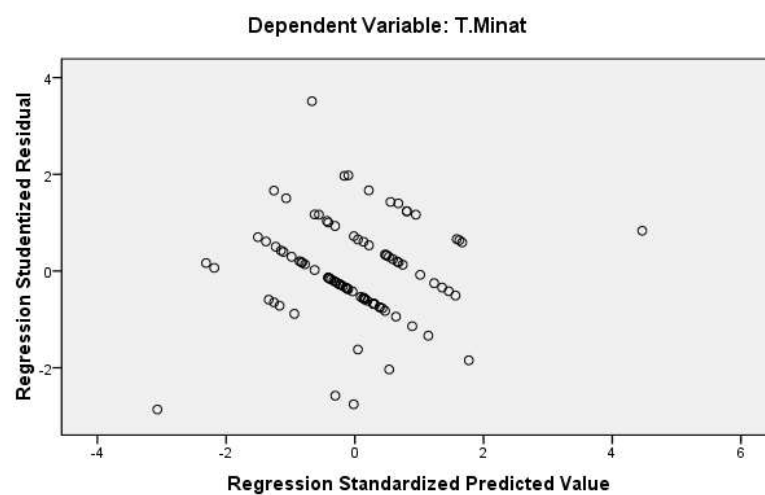
Tidak terjadi heteroskedastisitas jika:

- Penyebaran titik-titik dan sebaiknya tidak berpola.
- Titik-titik dan menyebar di atas dan dibawah atau sekitar angka 0.
- Titik-titik data tidak mengumpul hanya diatas atau dibawah saja.

**Gambar 4.1**

### Hasil Uji Heteroskedastisitas

Scatterplot



Sumber: Data Primer yang diolah, 2021

Berdasarkan gambar 4.1 diatas, menunjukkan bahwa titik menyebar secara acak serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y, tidak ada pola tertentu yang diatur. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi ini, sehingga model regresi ini layak dipakai.

### c. Uji Autokorelasi

Pengujian ini dilakukan untuk mendeteksi ada tidaknya autokorelasi menggunakan aplikasi SPSS versi 16 dengan uji Durbin-Watson (DW test). Jika  $dU < DW < 4-dU$  maka tidak terjadi autokorelasi.

**Tabel 4.13**  
**Hasil Uji Autokorelasi**

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

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.608 <sup>a</sup>	.370	.342	.884	2.063

a. Predictors: (Constant), T.Produk, T.Promosi, T.Pengetahuan, T.Reputasi

b. Dependent Variable: T.Minat

Dengan melihat Tabel Durbin-Watson diperoleh nilai  $dU$  ( $k : n$ ) ; ( $4 : 94$ ) sebesar 1,7538. Berdasarkan Tabel 4.8 dapat dilihat nilai Durbin-Watson (DW) sebesar 2,063. Sehingga ( $dU < DW < 4$

– dU) ; (1,7538 < 2,063 < 2,2462) maka kesimpulannya data yang digunakan tidak terjadi autokorelasi.

## 5. Uji Regresi Linier Berganda

Uji regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui korelasi antara variabel independent (bebas) dengan variabel dependen (terikat).

Berikut tabel hasil uji regresi linier berganda:

**Tabel 4.14**  
**Hasil Uji Regresi Linier Berganda**

Model	Unstandardized Coefficient	
	B	Std. Error
(Constant)	3,595	1,825
Pengetahuan	0,238	0,073
Reputasi	0,304	0,088
Promosi	0,056	0,036
Produk	0,196	0,084

*Sumber: Data Primer yang diolah, 2021*

Berdasarkan tabel 4.9 diatas, menunjukkan bahwa persamaan regresi linier berganda yaitu sebagai berikut:

$$Y = 3,595 + 0,238 (X1) + 0,304(X2) + 0,056(X3) + 0,196(X4)$$

Keterangan:

X1 = Pengetahuan

X2 = Reputasi

X3 = Promosi

X4 = Produk

Y = Minat menjadi nasabah di bank syariah

Dari persamaan regresi linier berganda tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Konstanta Y (Minat) = 3,595

Konstanta sebesar 3,595 menunjukkan bahwa apabila terdapat factor pengetahuan, reputasi, promosi, dan produk dalam keadaan konstan (tetap), maka minat menjadi nasabah bank syariah sebesar 3,595 satuan.

b. Koefisien regresi X1 (Pengetahuan) = 0,238

Koefisien X1 sebesar 0,238 menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu satuan pengetahuan, akan meningkatkan minat mahasiswa menjadi nasabah bank syariah sebesar 0,238 satu satuan. Koefisien yang bernilai positif artinya terjadi pengaruh positif antara pengetahuan dengan minat mahasiswa menjadi nasabah di bank syariah. Semakin baik factor pengetahuan maka semakin meningkat pula minat mahasiswa menjadi nasabah di bank syariah.

c. Koefisien regresi X2 (Reputasi) = 0,304

Koefisien X2 sebesar 0,304 menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu satuan reputasi, akan meningkatkan minat mahasiswa menjadi nasabah bank syariah sebesar 0,304 satu satuan. Koefisien yang bernilai positif artinya terjadi pengaruh positif antara reputasi dengan minat mahasiswa menjadi nasabah di bank syariah. Semakin baik factor reputasi maka semakin meningkat pula minat mahasiswa menjadi nasabah di bank syariah.

- d. Koefisien regresi X3 (Promosi) = 0,056

Koefisien X3 sebesar 0,056 menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu satuan promosi, akan meningkatkan minat mahasiswa menjadi nasabah bank syariah sebesar 0,056 satu satuan. Koefisien yang bernilai positif artinya terjadi pengaruh positif antara promosi dengan minat mahasiswa menjadi nasabah di bank syariah. Semakin baik factor promosi maka semakin meningkat pula minat mahasiswa menjadi nasabah di bank syariah.

- e. Koefisien regresi X4 (Produk) = 0,196

Koefisien X4 sebesar 0,196 menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu satuan produk, akan meningkatkan minat mahasiswa menjadi nasabah bank syariah sebesar 0,196 satu satuan. Koefisien yang bernilai positif artinya terjadi pengaruh positif antara produk dengan minat mahasiswa menjadi nasabah di bank syariah. Semakin baik factor produk maka semakin meningkat pula minat mahasiswa menjadi nasabah di bank syariah.

## 6. Uji Hipotesis

### a. Uji Secara Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel independent secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Hal tersebut dapat dilihat t-hitung lebih besar dari t-tabel maka dinyatakan signifikan. Selain itu juga dapat dilihat melalui signifikannya. Jika sig kurang dari 0,05, maka secara parsial variabel



independent berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Berikut tabel hasil uji secara parsial (uji t):

**Tabel 4.15**  
**Hasil Uji Secara Parsial (Uji t)**

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.595	1.825		1.970	.052
	T.Pengetahuan	.238	.073	.290	3.240	.002
	T.Reputasi	.305	.088	.318	3.463	.001
	T.Promosi	.056	.036	.131	1.561	.122
	T.Produk	.196	.084	.208	2.320	.023

a. Dependent Variable:

T.Minat

*Sumber: Data Primer yang diolah, 2021*

Berdasarkan tabel 4.15 di atas, menunjukkan bahwa t tabel untuk  $df = n - k - 1 = 94 - 4 - 1 = 89$  (dimana n adalah jumlah responden dan k adalah jumlah variabel) dengan  $\alpha = 0,025 (0,05/2)$  adalah sebesar 1,989. Untuk mengetahui apakah hipotesa yang diajukan signifikan atau tidak, maka perlu membandingkan antara t hitung dengan t tabel. Dimana jika nilai t hitung  $>$  t tabel maka H1 dapat diterima dan sebaliknya jika t hitung  $<$  t tabel maka H1 ditolak.

- a. Hipotesa pertama (H1) ada pengaruh yang signifikan antara variabel pengetahuan terhadap minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menjadi nasabah di bank syariah.

Sesuai dengan perhitungan tersebut dapat diketahui nilai signifikan sebesar 0,002. Sesuai dengan jika nilai sig < 0,05 maka artinya variabel X1 berpengaruh terhadap variabel Y 0,002 < 0,05 maka dapat dikatakan pada hipotesa yang pertama atau variabel pengetahuan berpengaruh terhadap minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menjadi nasabah di bank syariah.

Selain itu dengan membandingkan perhitungan uji T Parsial berdasarkan t hitung dan t tabel, jika nilai t hitung > t tabel maka dapat dikatakan variabel independent memberikan berpengaruh terhadap variabel dependen dengan nilai 3,240 > 1,989, yang dapat dikatakan memberikan pengaruh.

Hasil dari penelitian pada hipotesa pertama, “Ada pengaruh pengetahuan terhadap minat mahasiswa”.

- b. Hipotesa kedua (H2) ada pengaruh yang signifikan antara variabel reputasi terhadap variabel minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menjadi nasabah di bank syariah.

Sesuai dengan perhitungan tersebut dapat diketahui nilai signifikansi sebesar 0,001. Sesuai dengan jika nilai sig < 0,05 maka artinya variabel X berpengaruh terhadap variabel Y, 0,001

$< 0,05$  maka dapat dikatakan pada hipotesa yang kedua atau variabel  $X_2$  yaitu reputasi berpengaruh terhadap minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menjadi nasabah di bank syariah.

Selain itu dengan membandingkan perhitungan uji T Parsial berdasarkan  $t$  hitung dan  $t$  tabel, jika nilai  $t$  hitung  $> t$  tabel maka dapat dikatakan variabel dependen dengan nilai  $3,463 > 1,989$ , yang dapat dikatakan memberikan pengaruh.

Hasil dari penelitian pada hipotesa kedua, “Ada pengaruh reputasi terhadap minat mahasiswa”.

- c. Hipotesa ketiga ( $H_3$ ) ada pengaruh yang signifikan antara variabel promosi terhadap variabel minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menjadi nasabah di bank syariah.

Sesuai dengan perhitungan tersebut dapat diketahui nilai signifikansi sebesar 0,122. Sesuai dengan jika nilai sig  $< 0,05$  maka artinya variabel  $X$  berpengaruh terhadap variabel  $Y$ , 0,122  $> 0,05$  maka dapat dikatakan pada hipotesa yang kedua atau variabel  $X_3$  yaitu promosi tidak berpengaruh terhadap minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menjadi nasabah di bank syariah.

Selain itu dengan membandingkan perhitungan uji T Parsial berdasarkan  $t$  hitung dan  $t$  tabel, jika nilai  $t$  hitung  $< t$  tabel maka

dapat dikatakan variabel dependen dengan nilai  $1,561 < 1,989$ , yang dapat dikatakan tidak memberikan pengaruh.

Hasil dari penelitian pada hipotesa ketiga, “Tidak ada pengaruh promosi terhadap minat mahasiswa”.

- d. Hipotesa keempat (H4) ada pengaruh yang signifikan antara variabel produk terhadap variabel minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menjadi nasabah di bank syariah.

Sesuai dengan perhitungan tersebut dapat diketahui nilai signifikansi sebesar 0,023. Sesuai dengan jika nilai  $\text{sig} < 0,05$  maka artinya variabel X berpengaruh terhadap variabel Y,  $0,023 < 0,05$  maka dapat dikatakan pada hipotesa yang kedua atau variabel X4 yaitu produk berpengaruh terhadap minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menjadi nasabah di bank syariah.

Selain itu dengan membandingkan perhitungan uji T Parsial berdasarkan t hitung dan t tabel, jika nilai t hitung  $> t$  tabel maka dapat dikatakan variabel dependen dengan nilai  $2,320 > 1,989$ , yang dapat dikatakan memberikan pengaruh.

Hasil dari penelitian pada hipotesa keempat, “Ada pengaruh produk terhadap minat mahasiswa”.

**b. Uji Secara Simultan (Uji f)**

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah terjadi pengaruh secara simultan antara pengetahuan, reputasi, promosi, dan produk

terhadap minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dalam menjadi nasabah di bank syariah. Berikut hasil uji secara simultan (uji f):

**Tabel 4.16**  
**Hasil Uji Secara Simultan (Uji F)**

**ANOVA<sup>b</sup>**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	40.860	4	10.215	13.067	.000 <sup>a</sup>
Residual	69.576	89	.782		
Total	110.436	93			

a. Predictors: (Constant), T.Produk, T.Promosi, T.Pengetahuan, T.Reputasi

b. Dependent Variable: T.Minat

*Sumber: Data Primer yang diolah, 2021*

Berdasarkan tabel 4.16 diatas, menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar 13,067 dengan nilai signifikan 0,000. F tabel dapat dicari tabel statistic pada signifikan 0,05, dengan menggunakan rumus F tabel = (k; n-k), F tabel = (4; 94-4). Diketahui F tabel pada penelitian ini sebesar 2,32. Dengan demikian karena F hitung > F tabel atau 13,067 > 2,32 dan nilai sig (0,000 <  $\alpha$  (0,05), maka dapat disimpulkan H0 ditolak dan H5 diterima yaitu secara simultan atau bersama-sama variabel pengetahuan, reputasi, promosi dan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menjadi nasabah di bank syariah.

## 7. Uji Koefisien Determinan

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi variabel independent yaitu pengetahuan, reputasi, promosi, dan produk terhadap variabel dependen yaitu minat. Berikut ini adalah hasil uji koefisien determinan:

**Tabel 4.17**  
**Hasil Uji Koefisien Determinan**

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

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.608 <sup>a</sup>	.370	.342	.884	2.063

a. Predictors: (Constant), T.Produk, T.Promosi, T.Pengetahuan, T.Reputasi

b. Dependent Variable: T.Minat

Sumber: Data Primer yang diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.17 di atas, menunjukkan bahwa sebagai berikut:

- a) Angka R Square menunjukkan sebesar 0,370 atau 37% berarti korelasi atau hubungan antara variabel independent (pengetahuan, reputasi, promosi, dan produk) terhadap minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menjadi nasabah di bank syariah adalah 37%.

- b) Adjusted R Square digunakan jika jumlah variabel lebih dari dua. Nilai Adjusted R Square pada model ini adalah 0,342 hal ini berarti 34,2% variabel minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menjadi nasabah di bank syariah, sedangkan sisanya ( $100\% - 34,2\% = 65,8\%$ ) dijelaskan oleh factor-faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.
- c) Std. error of the Estimate sebesar 0,884, semakin kecil nilai Std. Error of the Estimates akan membuat regresi semakin tepat dalam memprediksi variabel dependen.