

BAB IV

LAPORAN HASIL PENELITIAN

A. Analisis Deskriptif Karakteristik Responden

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian. Dalam penelitian ini, menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada 93 responden pada pedagang Pasar Wlingi. Kuesioner yang dibagikan terdiri dari 4 variabel independen yaitu faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis dan variabel dependen yaitu minat menjadi nasabah di bank syariah.

1. Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.

Berikut ini merupakan data mengenai karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin yang ditunjukkan pada tabel 4.1 adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1
Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
Laki laki	47	50.5%
Perempuan	46	49.5%
Total	93	100%

Sumber: Data primer yang diolah SPSS 25, 2021

Berdasarkan hasil dari 93 responden yang terbanyak adalah responden yang memiliki jenis kelamin laki-laki berkisar 47 responden yaitu sebesar 50,5 persen dan perempuan 46 responden dan 49,5 persen. Jadi, dapat disimpulkan responden yang paling dominan dari minat pelaku usaha untuk menjadi nasabah di bank syariah adalah laki-laki.

2. Profil Responden Berdasarkan Usia.

Berikut ini merupakan data mengenai karakteristik responden berdasarkan usia yang ditunjukkan pada tabel 4.2 adalah sebagai berikut:

Tabel 4.2
Responden berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Persentase (%)
20-29 Tahun	26	28.0%
30-39 Tahun	27	29.0%
40-49 Tahun	19	20.4%
50-59 Tahun	15	16.1%
>60 Tahun	6	6.5%
Total	93	100%

Sumber: Data primer yang diolah SPSS 25, 2021

Berdasarkan hasil dari 93 responden yang terbanyak adalah responden yang memiliki umur berkisar 30-39 tahun yaitu sebesar 29,0 persen dan terendah adalah umur >60 tahun yaitu sebesar 6,5 persen. Jadi, dapat disimpulkan responden yang paling dominan dari minat pelaku usaha untuk menjadi nasabah di bank syariah adalah kalangan mudah remaja

berusia berkisar 30-39 tahun sebanyak 27 orang dari keseluruhan sampel penelitian.

3. Profil Responden Berdasarkan Pendidikan.

Berikut ini merupakan data mengenai karakteristik responden berdasarkan pendidikan yang ditunjukkan pada tabel 4.3 adalah sebagai berikut:

Tabel 4.3
Responden berdasarkan Pendidikan

Pendidikan	Jumlah	Persentase (%)
SD/Sederajat	11	11.8%
SMP/Sederajat	34	36.6%
SMA/SMK Sederajat	48	51.6%
Total	93	100%

Sumber: Data primer yang diolah SPSS 25, 2021

Berdasarkan hasil dari 93 responden yang terbanyak adalah responden yang memiliki pendidikan SMA/SMK berkisar 48 responden yaitu sebesar 51.6 persen dan terendah SD/Sederajat adalah 11 responden yaitu sebesar 11.8 persen. Jadi, dapat disimpulkan responden yang paling dominan dari minat pelaku usaha untuk menjadi nasabah di bank syariah adalah pendidikan SMA/SMK Sederajat sebanyak 48 orang dari keseluruhan sampel penelitian.

4. Profil Responden Berdasarkan Pendapatan

Berikut ini merupakan data mengenai karakteristik responden berdasarkan pendapatan yang ditunjukkan pada tabel 4.4 adalah sebagai berikut:

Tabel 4.4
Responden berdasarkan Pendapatan

Pendapatan	Jumlah	Persentase (%)
1.000.000 – 2.000.000	21	22.6%
2.000.000 – 3.000.000	51	54.8%
3.000.000 – 4.000.000	21	22.6%
Total	93	100%

Sumber: Data primer yang diolah SPSS 25, 2021

Berdasarkan hasil dari 93 responden yang terbanyak adalah responden yang memiliki pendapatan 2.000.000 – 3.000.000 berkisar 51 responden yaitu sebesar 54.8 persen dan terendah pendapatan 1.000.000 – 2.000.000 dan 3.000.000 – 4.000.000 adalah 21 responden yaitu sebesar 22.6 persen. Jadi, dapat disimpulkan responden yang paling dominan dari minat pelaku usaha untuk menjadi nasabah di bank syariah adalah pendapatan sebesar 2.000.000 – 3.000.000 sebanyak 51 orang dari keseluruhan sampel penelitian.

B. Analisis Deskriptif Variabel Penelitian

Pada bagian ini mendeskripsikan setiap variabel yang diperoleh dari hasil penelitian berupa pengisian kuesioner hasil jawaban responden di Pasar

Wlingi sebanyak 93 responden. Variabel independen (bebas) dalam penelitian ini adalah faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologis. Sedangkan variabel dependen (terikat) berupa minat menjadi nasabah di bank syariah.

Pada kuesioner terdapat beberapa pernyataan yang menggambarkan mengenai tanggapan atau sikap terhadap item pertanyaan pada setiap variabel. Pernyataan tersebut dapat memberikan jawaban dengan kategori: Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Ragu-ragu (RG), Tidak Setuju (TS), Sangat Tidak Setuju (STS). Dari 4 variabel tersebut disusunlah kuesioner penelitian dan disebarkan kepada responden yang terdiri dari 25 butir pernyataan yang dibagi menjadi 5 kategori yaitu:

- a. Pernyataan 1-5 digunakan untuk mengetahui faktor budaya (X_1)
- b. Pernyataan 6-10 digunakan untuk mengetahui faktor sosial (X_2)
- c. Pernyataan 11-15 digunakan untuk mengetahui faktor pribadi (X_3)
- d. Pernyataan 16-20 digunakan untuk mengetahui faktor psikologis (X_4)
- e. Pernyataan 21-25 digunakan untuk mengetahui pengaruh minat menjadi nasabah di bank syariah (Y)

C. Analisis Data

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui tanggapan dari responden nasabah bank syariah di Pasar Wlingi Kabupaten Blitar adalah sebagai berikut:

1. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Hasil 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 $93-2=91$ dengan α 0,05 didapat R tabel = Jika R hitung dan nilai R positif, maka butir pertanyaannya dikatakan valid. Uji validitas dari 25 item pertanyaan dengan tingkat signifikan 5% dan df = 91 orang diperoleh R tabel sebesar 0,207 maka hasil pengujian validitas adalah sebagai berikut:

Tabel 4.5
Hasil Uji Validitas

variabel	No.item	<i>Pearson Correlation</i>	R_{tabel}	Keterangan
Faktor Budaya(X1)	X1.1	0,437	0,207	Valid
	X1.2	0,549	0,207	Valid
	X1.3	0,452	0,207	Valid
	X1.4	0,478	0,207	Valid
	X1.5	0,501	0,207	Valid
Faktor Sosial (X2)	X2.1	0,394	0,207	Valid
	X2.2	0,463	0,207	Valid
	X2.3	0,380	0,207	Valid
	X2.4	0,533	0,207	Valid
	X2.5	0,611	0,207	Valid
Faktor Pribadi (X3)	X3.1	0,449	0,207	Valid
	X3.2	0,450	0,207	Valid
	X3.3	0,457	0,207	Valid
	X3.4	0,444	0,207	Valid
	X3.5	0,454	0,207	Valid

Faktor Psikologis (X4)	X4.1	0,294	0,207	Valid
	X4.2	0,549	0,207	Valid
	X4.3	0,400	0,207	Valid
	X4.4	0,306	0,207	Valid
	X4.5	0,410	0,207	Valid
Minat Menjadi Nasabah di Bank Syariah (Y)	Y.1	0,364	0,207	Valid
	Y.2	0,209	0,207	Valid
	Y.3	0,319	0,207	Valid
	Y.4	0,590	0,207	Valid
	Y.5	0,532	0,207	Valid

Sumber: data diolah SPSS 25, 2021

Berdasarkan tabel 4.5 atas menunjukkan bahwa seluruh item pertanyaan pada kuesioner yang disebarakan pada pedagang mempunyai nilai R hitung > dari R tabel (0, 207) dan bernilai positif, sehingga butir pertanyaannya tersebut dinyatakan valid.

b. Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mendapatkan data sesuai dengan tujuan pengukuran. Untuk mencapai hal tersebut, dilakukan uji reliabilitas dengan menggunakan skala *Alpha Cronbach* 0 sampai dengan 1. Kuesioner dianggap reliabel apabila hasil uji statistik *Alpha* $\alpha > 0,60$. Hasil pengujian reliabilitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.6
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Faktor Budaya (X1)	0,715	Reliabel
Faktor Sosial (X2)	0,708	Reliabel
Faktor Pribadi (X3)	0,692	Reliabel
Faktor Psikologis (X4)	0,632	Reliabel

Minat Nasabah (Y)	0,634	Reliabel
-------------------	-------	----------

Sumber: Data primer yang diolah SPSS 25, 2021

Berdasarkan tabel 4.6 menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* variabel Faktor Budaya (X1) sebesar $0,715 > 0,60$, nilai *Cronbach's Alpha* variabel Faktor Sosial (X2) sebesar $0,708 > 0,60$, nilai *Cronbach's Alpha* variabel Faktor Pribadi (X3) sebesar $0,692 > 0,60$, nilai *Cronbach's Alpha* variabel Faktor Psikologis (X4) $0,632 > 0,60$, dan nilai *Cronbach's Alpha* variabel Minat Nasabah (Y) sebesar $0,634 > 0,60$. Jadi dapat disimpulkan bahwa masing-masing variabel memiliki nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,60$ sehingga dapat dikatakan reliabel.

2. Uji Asumsi Klasik

a. 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 Kolmogorov-Smirnov Test*. Asumsi dikatakan normal jika variabel memiliki signifikan atau nilai probabilitas lebih dari 0,05. Berikut data dapat dilihat pada tabel hasil uji normalitas.

Tabel 4.7
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		93
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.23831832
Most Extreme Differences	Absolute	.119
	Positive	.119
	Negative	-.065
Kolmogorov-Smirnov Z		1.145
Asymp. Sig. (2-tailed)		.145

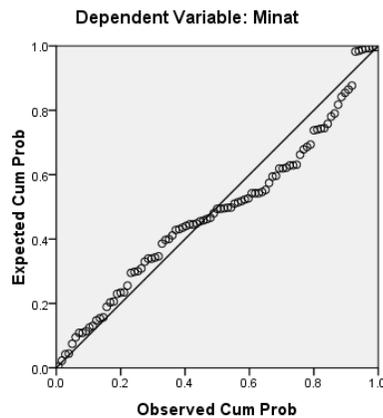
a. Test distribution is Normal.

Sumber: Data primer yang diolah SPSS 25, 2021

Berdasarkan tabel 4.7 menunjukkan bahwa nilai *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* dengan residual, dapat diketahui bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,145 lebih besar dari 0,05. Jadi dapat disimpulkan bahwa *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* data tersebut berdistribusi normal. Selanjutnya uji *Kolmogorov-Smirnov Test* dengan uji normal *P-Plot* dengan gambar sebagai berikut:

Gambar 4.1
Hasil Uji Plot

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Sumber: Data Primer yang diolah SPSS 25, 2021

Berdasarkan gambar 4.1 diatas, menunjukkan bahwa kurva normal *p*-plot, dapat disimpulkan bahwa dalam kurva normal *p*-plot terlihat titik menyebar disekitar garis diagonal dan penyebarannya tidak jauh atau melebar. Sehingga, kurva ini menunjukkan bahwa model regresi sesuai asumsi normalitas dan layak digunakan.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen yang memiliki kemiripan dengan variabel independen lain dalam satu model. Untuk mendeteksi multikolinearitas yaitu jika *Variance Inflation Faktor* (VIF) memiliki nilai < 10 dan *tolerance* > 0.1

maka variabel bebas tidak mengalami multikolinearitas. Dan jika nilai *tolerance* < 0.1 dan *VIF* > 10 maka variabel bebas mengalami multikolinearitas. Adapun hasil perhitungan uji multikolinearitas data pada penelitian ini menggunakan SPSS 25 adalah sebagai berikut:

Tabel 4.8
Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	<i>Collinearity Statistic</i>	
	Tolerance	VIF
Faktor Budaya	0,988	1,013
Faktor Social	0,919	1,089
Faktor Pribadi	0,964	1,037
Faktor Psikologis	0,946	1,057

a. Dependent Variable: Minat Nasabah

Sumber: Data primer yang diolah SPSS 2021

Berdasarkan tabel 4.8 diatas, menunjukkan bahwa nilai VIF variabel Faktor Budaya 1,013 sebesar < 10 dan nilai *tolerance* $0,988 > 0,10$, nilai VIF variabel Faktor Social sebesar $1,089 < 10$ dan nilai *tolerance* $0,919 > 0,10$, nilai VIF variabel Faktor Pribadi sebesar $1,037 < 10$ dan nilai *tolerance* $0,964 > 0,10$, nilai VIF variabel Faktor Psikologis sebesar $1,057 < 10$ dan nilai *tolerance* $0,946 > 0,10$. Dapat kesimpulan bahwa seluruh variabel independen tersebut tidak terjadi gejala multikolinieritas.

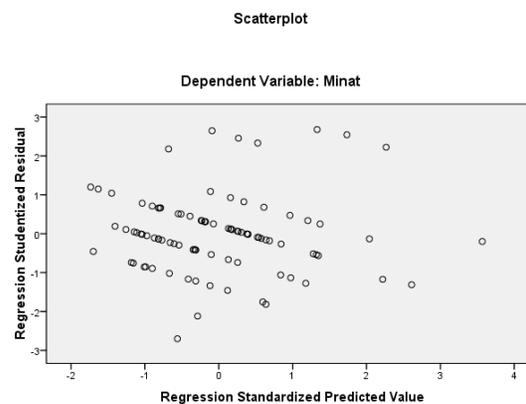
c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan uji model regresi untuk mengetahui ketidaksamaan *variance* dan *residual* satu pengamatan yang lainnya.

Untuk mengetahui ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model yang dapat dilihat pada pola gambar *Scatterplot*, Tidak terjadi heteroskedastisitas jika:

- a) Penyebaran titik-titik dan sebaiknya tidak berpola.
- b) Titik-titik dan menyebar di atas dan bawah atau sekitar angka 0.
- c) Titik-titik data tidak mengumpul hanya diatas atau di bawah saja

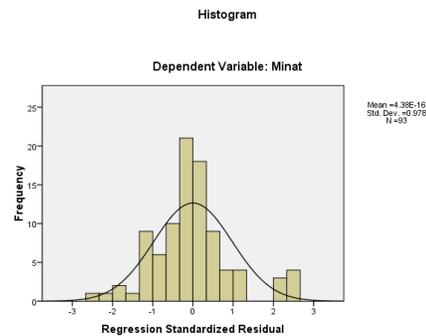
Tabel 4.9
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data primer yang diolah SPSS 2021.

Berdasarkan tabel 4.9 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.

Gambar 4.2
Histogram



Sumber: Data primer yang diolah SPSS 2021

Berdasarkan gambar 4.2 diatas menunjukkan bahwa penyebaran disekitar garis diagonal dan mengikuti arah diagonal, ini menunjukkan bahwa model regresi telah memenuhi asumsi normalitas.

d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antara variabel pengganggu pada periode tertentu dengan variabel sebelumnya. Berikut tabel hasil uji autokorelasi menggunakan metode Durbin Watson.

Tabel 4.10
Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.491 ^a	.241	.206	1.266	1.628

a. Predictors: (Constant), Faktor Psikologis, Faktor Budaya, Faktor Pribadi, Faktor Sosial

b. Dependent Variable: Minat

Sumber: Data primer yang diolah SPSS 2021.

Berdasarkan tabel 4.10 diatas, menunjukkan bahwa nilai Durbin-Watson senilai 1,628. Diketahui nilai $du = 1,755$ $dw = 1,628 < dl = 1,579$ dan kurang dari $(4-du) = 4-1,755 = 2,245$. Dapat disimpulkan bahwa data tersebut tidak terdapat masalah atau gejala autokorelasi.

3. Uji Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikatnya. Adapun hasil uji regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

Tabel 4.11
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	<i>Unstandardized Coefficients</i>	
	B	Std. Error
(Constant)	0,193	4.189
Faktor Budaya	0,256	0,127
Faktor Sosial	0,154	0,077
Faktor Pribadi	0,340	0,138
Faktor Psikologis	0,249	0,090

Sumber: Data primer yang diolah, SPSS 2021.

Tabel diatas digunakan untuk menggambarkan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 0,193 + 0,256 (X1) + 0,154 (X2) + 0,340 (X3) + 0,249 (X4)$$

X1 = Faktor Budaya

X2 = Faktor Social

X3 =Faktor Pribadi

X4 = Faktor Psikologis

$Y = \text{Minat Menjadi Nasabah Di Bank Syariah}$

Dari persamaan regresi linier berganda tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Konstanta Y (Minat Menjadi Nasabah Di Bank Syariah) = 0,193. Konstanta sebesar 0,401 menunjukkan bahwa apabila terdapat faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis dalam keadaan konstan (tetap), maka minat menabung sebesar 0,193 satuan.
- b. Koefisien regresi X_1 (faktor budaya) = 0,256. Koefisien X_1 sebesar 0,256 menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu satuan faktor budaya, akan meningkatkan minat menjadi nasabah di bank syariah sebesar 0,256 satu satuan. Koefisien yang bernilai positif artinya terjadi pengaruh positif antara faktor budaya dengan minat menjadi nasabah di bank syariah. Semakin baik faktor budaya maka semakin meningkat pula minat menjadi nasabah di bank syariah.
- c. Koefisien regresi X_2 (faktor sosial) = 0,154. Koefisien X_2 sebesar 0,154 menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu satuan faktor sosial, akan meningkatkan minat menjadi nasabah di bank syariah sebesar 0,154 satu satuan. Koefisien yang bernilai positif artinya terjadi pengaruh positif antara faktor sosial dengan minat menjadi nasabah di bank syariah. Semakin baik faktor sosial maka semakin meningkat pula minat menjadi nasabah di bank syariah.

- d. Koefisien regresi X3 (faktor pribadi) =0,340. Koefisien X3 sebesar 0,340 menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu satuan faktor pribadi, akan meningkatkan minat menjadi nasabah di bank syariah sebesar 0,340 satu satuan. Koefisien yang bernilai positif artinya terjadi pengaruh positif antara faktor pribadi dengan minat menjadi nasabah di bank syariah. Semakin baik faktor pribadi maka semakin meningkat pula minat menjadi nasabah di bank syariah.
- e. Koefisien regresi X4 (faktor psikologis) =0,249. Koefisien X4 sebesar 0,249 menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu satuan faktor psikologis, akan meningkatkan minat menjadi nasabah di bank syariah sebesar 0,249 satu satuan. Koefisien yang bernilai positif artinya terjadi pengaruh positif antara faktor psikologis dengan minat menjadi nasabah di bank syariah. Semakin baik faktor psikologis maka semakin meningkat pula minat menjadi nasabah di bank syariah.

4. Uji Hipotesis

a. Uji T-Test

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen 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 independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Berikut tabel hasil uji secara parsial (uji t).

Tabel 4.12
Hasil Uji T

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.193	4.189		.046	.963
Faktor Budaya	.256	.127	.189	2.024	.046
Faktor Sosial	.154	.077	.194	2.007	.048
Faktor Pribadi	.340	.138	.232	2.457	.016
Faktor Psikologis	.249	.090	.265	2.778	.007

a. Dependent Variable: Minat

Sumber: Data primer yang diolah SPSS 2021.

Berdasarkan tabel 4.12 di atas, menunjukkan bahwa t tabel untuk $df = n - k - 1 = 93 - 4 - 1 = 88$ (dimana n adalah jumlah responden dan k adalah jumlah variabel) dengan $\alpha = 0,025 (0,05/2)$ adalah sebesar 1.991. Untuk mengetahui apakah hipotesis 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.

Berdasarkan tabel 4.11 hasil uji T diatas, maka dapat diuraikan sebagai berikut:

- a. Pengaruh faktor budaya terhadap minat pelaku usaha di pasar Wlingi menjadi nasabah di bank syariah.

H0: Faktor budaya tidak berpengaruh terhadap minat pelaku usaha di pasar Wlingi menjadi nasabah di bank syariah.

H1: Faktor budaya berpengaruh terhadap minat pelaku usaha di pasar Wlingi menjadi nasabah di bank syariah.

Berdasarkan hasil analisis regresi secara parsial diketahui bahwa nilai faktor budaya t hitung sebesar 2.024 lebih besar dari t tabel sebesar 1.991 dan nilai signifikansi faktor budaya sebesar 0,046 lebih kecil dari α 0,05. Karena nilai t -hitung $>$ t -tabel (2.024 $>$ 1.991) dan signifikansi 0,046 $<$ 0,05, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa faktor budaya berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pelaku usaha di pasar Wlingi menjadi nasabah di bank syariah.

- b. Pengaruh faktor sosial terhadap minat pelaku usaha di pasar Wlingi menjadi nasabah di bank syariah.

H0: Faktor sosial tidak berpengaruh terhadap minat pelaku usaha di pasar Wlingi menjadi nasabah di bank syariah.

H1: Faktor sosial berpengaruh terhadap minat pelaku usaha di pasar Wlingi menjadi nasabah di bank syariah.

Berdasarkan hasil analisis regresi secara parsial diketahui bahwa nilai faktor sosial t hitung sebesar 2,007 lebih besar dari t tabel sebesar 1,991 dan nilai signifikan faktor sosial sebesar 0,048 lebih kecil dari α 0,05. Karena nilai t -hitung $>$ t -tabel (2,007 $>$ 1,991) dan

signifikansi $0,048 < 0,05$, maka H_0 di tolak dan H_1 diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa faktor sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pelaku usaha di pasar Wlingi menjadi nasabah di bank syariah.

- c. Pengaruh faktor pribadi terhadap minat pelaku usaha di pasar Wlingi menjadi nasabah di bank syariah.

H_0 : Faktor pribadi tidak berpengaruh terhadap minat pelaku usaha di pasar Wlingi menjadi nasabah di bank syariah.

H_1 : Faktor pribadi berpengaruh terhadap minat pelaku usaha di pasar Wlingi menjadi nasabah di bank syariah.

Berdasarkan hasil analisis regresi secara parsial diketahui bahwa nilai faktor pribadi t hitung sebesar 2,457 lebih besar dari t tabel sebesar 1,991 dan nilai signifikan faktor pribadi sebesar 0,016 lebih kecil dari α 0,05. Karena nilai t -hitung $>$ t -tabel ($2,457 > 1,991$) dan signifikansi $0,016 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa faktor pribadi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pelaku usaha di pasar Wlingi menjadi nasabah di bank syariah.

- d. Pengaruh faktor psikologis terhadap minat pelaku usaha di pasar Wlingi menjadi nasabah di bank syariah.

H_0 : Faktor psikologis tidak berpengaruh terhadap minat pelaku usaha di pasar Wlingi menjadi nasabah di bank syariah.

H1: Faktor psikologis berpengaruh terhadap minat pelaku usaha di pasar Wlingi menjadi nasabah di bank syariah.

Berdasarkan hasil analisis regresi secara parsial diketahui bahwa nilai faktor psikologis t hitung sebesar 2,778 lebih besar dari t tabel sebesar 1,991 dan nilai signifikan faktor psikologis sebesar 0,007 lebih kecil dari α 0,05. Karena nilai t -hitung $>$ t -tabel ($2,778 > 1,991$) dan signifikansi $0,007 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa faktor psikologi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pelaku usaha di pasar Wlingi untuk menjadi nasabah di bank syariah.

b. Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah terjadi pengaruh secara simultan antara faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologis terhadap minat pelaku usaha di pasar Wlingi menjadi nasabah di bank syariah. Jika nilai *sig* lebih kecil dari 0,05 maka secara simultan atau bersama-sama berpengaruh variabel independen terhadap variabel dependen adalah signifikan. Berikut tabel hasil uji f:

Tabel 4.13
Hasil Uji F

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	44.731	4	11.183	6.976	.000 ^a
	Residual	141.076	88	1.603		
	Total	185.806	92			

a. Predictors: (Constant), Faktor Psikologis, Faktor Budaya, Faktor Pribadi, Faktor Sosial

b. Dependent Variable: Minat

Sumber: Data primer yang diolah, SPSS 2021

Berdasarkan tabel 4.13 diatas, menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar 6,976 dengan nilai signifikan 0,000. F tabel dapat dicari tabel statistik pada signifikan 0,05, dengan menggunakan rumus $F_{tabel} = (k; n - k)$, $F_{tabel} = (4; 93 - 4)$. Diketahui F tabel pada penelitian ini sebesar 2,46. Dengan demikian karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $6,976 > 2,46$ dan nilai $sig (0,000) < \alpha (0,05)$, maka dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_1 diterima yaitu secara simultan atau bersama-sama variabel pengaruh secara simultan antara faktor budaya, faktor social, faktor pribadi dan faktor psikologis terhadap minat pelaku usaha di pasar Wlingi menjadi nasabah di bank syariah.

5. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinan digunakan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi variabel independen yaitu faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologis terhadap variabel dependen yaitu minat pelaku usaha di pasar Wlingi menjadi nasabah di bank syariah. Berikut ini adalah hasil uji koefisien determinan:

Tabel 4.14
Uji koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.491 ^a	.241	.206	1.266	1.628

a. Predictors: (Constant), Faktor Psikologis, Faktor Budaya, Faktor Pribadi, Faktor Sosial

b. Dependent Variable: Minat

Sumber: Data primer yang diolah SPSS 2021

Berdasarkan tabel 4.14 diatas, menunjukkan bahwa sebagai berikut:

- a. *Angka R Square* menunjukkan sebesar 0,241 atau 24,1 % berarti korelasi atau hubungan antara variabel independen (faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologis) terhadap minat pelaku usaha di pasar Wlingi menjadi nasabah di bank syariah adalah 24,1 %.
- b. *Adjusted R Square* digunakan jika jumlah variabel lebih dari dua. Nilai *Adjusted R Square* pada model ini adalah 0,206 hal ini berarti

20,6 variabel minat pelaku usaha di pasar Wlingi menjadi nasabah di bank syariah bisa dijelaskan variabel faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologis, sedangkan sisanya ($100\% - 20,6\% = 79,4\%$) dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

- c. *Std. Error of the Estimate* sebesar 1.266, semakin kecil nilai *Std. Error of the Estimate* akan membuat regresi semakin tepat dalam memprediksi variabel dependen.