

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN**

#### **A. Gambaran Objek Penelitian**

##### **1. Sejarah IAIN Tulungagung**

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) adalah perguruan tinggi Islam Negeri di Indonesia yang berada di Tulungagung. IAIN Tulungagung merupakan bentuk pengemabangan dan peningkatan serta pemantapan status kelembagaan dari Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN). STAIN sendiri merupakan pengemabangan peningkatan status dari Fakultas cabang IAIN Sunan Ampel yang berada di luar induknya, yang tersebar diberbagai daerah untuk menjadi perguruan tinggi yang mandiri.

Dengan status kemandiriannya itu IAIN Tulungagung diharapkan akan mempunyai peran yang semakin penting dan mantab dalam meningkatkan kecerdasan, harkat dan martabat bangsa, dengan menghasilkan tenaga atau sarjana Islam yang memiliki wawasan yang luas dan terbuka, kemampuan berfikir integratif dan perspektif yang memiliki kemampuan menajerial dan profesionalisme sesuai dengan tuntutan kebutuhan masyarakat dalam era globalisasi saat ini.<sup>1</sup>

Sebagai upaya pemerintah untuk mengembangkan lembaga pendidikan tinggi Islam, khususnya yang berstatus Fakultas daerah (cabang), maka

---

<sup>1</sup> Tim Penyusun Buku Pedoman Penyelenggaraan Pendidikan, *Pedoman Penyelenggaraan Pendidikan Tahun Akademik 2015/2016*, (Tulungagung: IAIN Tulungagung Press, 2016), hlm. 1

dditerbitkan Surat Keputusan Presiden (Kepres) Noor 11 Tahun 1997 tentang Pendidikan Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri dan Keputusan Menteri Agama RI No. 315 Tahun 1997 tentang Organisasi dan Tata Kerja STAIN Tulungagung, Keputusan Menteri Agama RI No. 348 Tahun 1997 tentang Status STAIN Tulungagung, Keputusan Dirjen Binbaga Islam Nomor: E/136/1997 tentang alih status dari Fakultas cabang IAIN Sunan Ampel.<sup>2</sup>

Seiring dengan berkembangnya dan ketersediaan sarana, prasarana, sumber daya dan perkembangan jumlah mahasiswa yang sangat signifikan, maka STAIN Tulungagung berusaha untuk meningkatkan status kelembagaannya menjadi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) dan akhirnya pengajuan peningkatan status kelembagaan tersebut disetujui secara resmi oleh Presiden RI yang ditetapkan dalam Peraturan Presiden RI Nomor 50 Tahun 2013 dan dikuatkan dengan peraturan menteri agama RI Nomor: 90 Tahun 2013. IAIN Tulungagung dipimpin oleh bapak Dr. Maftukhin, M.Ag., selaku rektor (Institut Agama Islam Negeri Tulungagung) IAIN Tulungagung.

**Tabel 4.1 Struktur Organisasi Institut Agama Islam Negeri**

Nama	Jabatan
Prof. Dr. Maftukhin, M.Ag.	Rektor IAIN Tulungagung
Dr. H. Abd. Aziz, M.Pd.	Wakil Rektor Bidang Akademik &

---

<sup>2</sup> Tim Penyusun Pedoman Penyelenggaraan Pendidikan, *Pedoman...*, hlm. 5

	Pengembangan Lembaga
Dr. H.M. Saifuddin Zuhri, M.Ag.	Wakil Rektpr Bidang Adm. Umum, Perencanaan & Keuangan
Dr. Abad Badruzzaman, Lc., M.Ag.	Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan & Kerjasama
Dr. H. Ahmad Muhtadi Anshor, M.Ag.	Dekan Faklta Syariah dan Ilmu Hukum (FASIH)
Dr. Hj. Binti Maunah, M.Pd.I	Dekan FTIK
Dr. Akhmad Rizqon Khamami, Lc.,M.A.	Dekan FUAD
Dr. Dede Nurrohman, M.Ag.	Dekan FEBI

*Sumber : Buku Pedoman IAIN Tulungagung*

## **2. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

Seiring dengan perkembangan dan peningkatan alis status STAIN Tulungagung menjadi IAIN Tulungagung, maka secara resmi berdasarkan Peraturan Presiden RI Nomor 50 Tahun 2013 tanggal 6 Agustus 2013 STAIN Tulungagung meningkat statusnya menjadi Institut Agama Islam Negeri Tulungagung. Kemudian diresmikan oleh Menteri Agama RI, Bapak Suryadharma Ali, M.Sc., pada tanggal 28 Desember 2013 sekaligus pelantikan Rektor IAIN Tulungagung Kemudian Perpes tersebut diturunkan menjadi Peraturan Menteri Agama (PMA) Nomor 91 Tahun 2013 yang menjelaskan bahwa IAIN Tulungagung memiliki 4 (empat) Fakultas, yaitu: Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum, Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan, Fakultas Usluhyudin Adab dan Dakwah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam memiliki 7 program studi, yaitu:

- a. Studi Perbankan Syariah (PS)
- b. Program studi Ekonomi Syariah (ES)
- c. Program Studi Akuntansi Syariah (AKS)
- d. Program Studi Manajemen Zakat Wakaf (MAZAWA)
- e. Program studi Manajemen Bisnis Islam (MBS)
- f. Program Studi Manajemen Keuangan Syariah (MKS), dan
- g. Program Studi Pariwisata Syariah

### **3. Visi, Misi dan Tujuan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

#### **a. Visi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

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

“Terwujudnya Fakultas yang mampu bersaing di tingkat nasional dengan pengembangan ilmu ekonomi dan bisnis Islam berbasis riset dan pemberdayaan masyarakat pada tahun 2022”.<sup>3</sup>

#### **b. Misi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

---

<sup>3</sup> Tim Penyusun Buku Pedoman Penyelenggara Pendidikan, *Pedoman...*, hlm. 35

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

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

**c. Tujuan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

- 1) Terselenggaranya tata kelola lembaga yang terkoordinasi, terstruktur, dan hirarkis dari masing-masing bidang dapat bekerja sesuai dengan tugas pokok dan fungsi serta tanggung jawab.
- 2) Terwujudnya sarjana ekonomi dan bisnis Islam yang kompetitif, jujur, adil, berjiwa *entrepreneur* yang kehidupan mampu

---

<sup>4</sup> Tim Penyusun Buku Pedoman Penyelenggara Pendidikan, *Pedoman...*, hlm. 33

menganalisis perkembangan ekonomi dan bisnis secara teoritik dan aplikatif ketujuan masyarakat

- 3) Terselenggaranya penelitian dan pengembangan ilmu ekonomi dan bisnis Islam yang dapat meningkatkan kualitas ekonomi masyarakat.
- 4) Terselenggaranya kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui penyuluhan, pendampingan, dan pemberdayaan ekonomi yang dilakukan masyarakat.
- 5) Terselenggaranya kerjasama dan kemitraan dengan pihak luar, pemerintah dan swasta, perguruan tinggi, sektor industri, kalangan profesional, 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 prasarana dengan manfaat yang bisa dirasakan masing-masing pihak
- 6) Tergalinya potensi ekonomi yang ada di masyarakat membuka peluang-peluang usaha yang dapat dikembangkan dengan sentuhan kreativitas yang mampu membuka pangsa pasar baru.

## B. Deskripsi Data

### 1. Pengetahuan (XI)

Pengetahuan merupakan suatu informasi saat ada seseorang yang ingin mengetahui sesuatu atau informasi yang sebenarnya ingin diketahui dan sebenarnya dapat menghasilkan sebuah pengetahuan. Dengan pengetahuan ini seseorang akan mudah menjatuhkan pilihannya terhadap apa yang minatnya.

**Tabel 4.1 Rekapitulasi Pilihan Responden Variabel Pengetahuan**

No	Butir	SS	S	N	TS	STS	T
1	X1.1	35	33	16	5	3	92
2	X1.2	38	33	10	6	5	92
3	X1.3	38	42	12	5	3	92
4	X1.4	31	37	17	4	2	92
5	X1.5	34	38	12	5	3	92
6	X1.6	35	35	16	4	4	92

Sesuai dengan tabel 4.1 tersebut, dapat diketahui sebaran nilai angket pada variabel pengetahuan sebagai besar responden penelitian memilih pilihan pada opsi sangat setuju dan setuju hampir mendekati 85 persen dari jumlah responden. Sisanya sekitar 10 persen responden memilih pilihan netral, dan yang yang memilih tidak setuju dan sangat tidak setuju terdapat beberapa responden hanya sebagian kecil atau dibawah 5 persen, Sehingga jika diinterprestasikan secara sederhana maka pengetahuan merupakan sebuah variabel penting dalam menumbuhkan minat mahasiswa menggunakan Internet Banking. Karena dengan adanya pengetahuan mahasiswa jadi lebih tertarik menggunakan layanan Internet Banking.

## 2. Promosi (X2)

Promosi merupakan suatu rencana penjualan sebagai cara berinteraksi dengan konsumen, dengan menggunakan bahan-bahan bauran dalam promosi. Dengan adanya beberapa promosi yang dilakukan pihak perbankan syariah untuk meningkatkan jumlah nasabah terutama pengguna layanan internet banking dikalangan mahasiswa.

**Tabel 4.2 Rekapitulasi Pilihan Responden Variabel Promosi**

No	Butir	SS	S	N	TS	STS	T
1	X2.1	38	33	10	6	5	92
2	X2.2	35	35	16	4	4	92
3	X2.3	31	37	17	4	2	92
4	X2.4	33	39	19	4	4	92
5	X2.5	35	35	12	5	5	92
6	X2.6	35	35	16	4	4	92
7	X2.7	37	33	17	4	3	92
8	X2.8	35	34	15	6	3	92

Sesuai dengan table 4.2 tersebut, dapat diketahui sebaran nilai angket pada variabel Promosi memiliki konsistensi pemilihan . pada opsi sangat setuju dan setuju hampir mendekati 85 persen dari jumlah responden. Sisanya sekitar 10 persen responden memilih pilihan netral, dan yang memilih tidak setuju dan sangat tidak setuju terdapat beberapa responden saja. Promosi merupakan indikasi penting dalam memberikan pengaruh kepada minat mahasiswa menggunakan Internet Banking.

## 3. Lokasi

Lokasi merupakan tempat dimana suatu usaha tersebut dilakukan atau dijalankan. Penentuan lokasi dapat mempengaruhi

minat untuk menjadi nasabah di bank syariah, oleh karena itu lokasi yang strategis dan mudah di jangkau bisa dijadikan sebagai ajang promosi untuk menarik nasabah terutama dikalangan mahasiswa

**Tabel 4.3 Rekapitulasi Pilihan Responden Variabel Lokasi**

No	Butir	SS	S	N	TS	STS	T
1	X3.1	35	35	16	4	4	92
2	X3.2	36	32	13	7	5	92
3	X3.3	41	43	14	6	4	92
4	X3.4	35	35	16	4	4	92

Sesuai dengan table 4.3, dapat diketahui sebaran nilai angket pada variabel Lokasi memiliki tingkat pemilihan pada opsi sangat setuju dan setuju hampir mendekati 85 persen dari jumlah responden, dan sekitar 10 persen responden memilih pilihan netral, dan yang memilih tidak setuju dan sangat tidak setuju hanya sekitar 5 persen. Dengan hasil tersebut maka dapat diinterprestasikan bahwasanya Lokasi merupakan faktor penting dalam menarik minat mahasiswa menggunakan internet banking.dengan adanya lokasi yang strategis di dekat kampus terutama di daerah perkotaan merupakan salah satu strategi yang dapat meningkatkan jumlah nasabah kepada bank syariah terutama dikalangan mahasiswa.

#### 4. Minat (Y)

Minat merupakan sebuah keinginan terhadap pilihan tertentu, minat dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor yang ditentukan. Maka jika seseorang berminat terhadap sesuatu maka orang tersebut merasa

senang atau tertarik dengan objek tersebut. Selain itu, minat seseorang terhadap suatu objek juga akan lebih kelihatan apabila objek tersebut sesuai sasaran dan berkaitan dengan keinginan dan kebutuhan seseorang yang bersangkutan.

**Tabel 4.4 Rekapitulasi Pilihan Responden Variabel Minat**

No	Butir	SS	S	N	TS	STS	T
1	Y.1	15	52	10	15	0	92
2	Y.2	21	62	3	6	0	92
3	Y.3	27	52	13	0	0	92
4	Y.4	26	42	11	13	0	92
5	Y.5	22	53	8	9	0	92
6	Y.6	28	47	3	14	0	92

Sesuai dengan table 4.4, dapat diketahui sebaran nilai angket pada variabel Minat memiliki tingkat pemilihan pada opsi sangat setuju dan setuju hampir mendekati 85 persen dari jumlah responden. Sisanya sekitar 10 persen responden memilih pilihan netral, dan yang memilih tidak setuju dan sangat tidak setuju sebesar 5 persen. Dengan hasil tersebut maka dapat diinterprestasikan bahwasanya minat mahasiswa menggunakan internet banking dipengaruhi oleh berbagai faktor-faktor berupa lokasi, promosi dan pengetahuan.

## 5. Analisis Deskriptif

Guna mengetahui nilai minimum, maksimum, mean, dan standard deviasi pada pemilihan skor angket oleh responden dalam penelitian ini, maka dapat dilihat sebagai berikut:

**Tabel 4.5 Uji Deskriptif**

### Descriptive Statistics

	N	Min	Max	Mean	Std. Deviation
Pengetahuan	92	2	5	3.71	1.035
Promosi	92	2	5	3.93	.966
Lokasi	92	2	5	3.78	1.011
Minat	92	3	5	4.15	.632
Valid N (listwise)	92				

Sesuai dengan tabel tersebut maka dapat diketahui bahwasanya pada 4 variabel yang diteliti, maka untuk nilai minimum yang dipilih oleh nasabah pada skor 2 dan maksimum terdapat responden yang memilih skor 5, dengan mean sekitar 3,7 hingga 4,1.

### C. Analisis Data

Analisis data pada penelitian ini akan membahas mengenai analisis terhadap variabel-variabel penelitian yang dilakukan secara deskriptif dan statistik untuk menguji hipotesis penelitian. Dalam penelitian ini digunakan model analisis regresi linier berganda, terdapat 3 variabel independen dan 1 variabel dependen.

Penelitian ini, mengkaji **“Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Mahasiswa Menggunakan Internet Banking Bank Syariah Di Masa Pandemi COVID-19.”** Dalam analisis regresi, terdapat beberapa tahapan utama yaitu dimulai dengan uji kualitas data, uji asumsi klasik, kemudian pengujian hipotesis, dan terakhir dengan menguji besar pengaruh variabel.

#### 1. Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas

Hasil penelitian yang valid bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti, instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Menurut pendapat yang dikemukakan oleh Sugiyono yaitu valid berarti instrumen tersebut digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (ketepatan), bila koefisien korelasi sama dengan 0,3 atau lebih dari 0,3 (paling kecil 0,3) maka butir instrumen dinyatakan valid.

**Tabel 4.6 Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Angket**

No.	Variabel	t hitung	Kesimpulan
1	X1	0,497	Valid
2	X1	0,557	Valid
3	X1	0,459	Valid
4	X1	0,462	Valid
5	X1	0,782	Valid
6	X1	0,577	Valid
7	X2	0,697	Valid
8	X2	0,737	Valid
9	X2	0,578	Valid
10	X2	0,595	Valid
11	X2	0,518	Valid
12	X2	0,877	Valid
13	X2	0,735	Valid
14	X2	0,757	Valid
15	X3	0,520	Valid
16	X3	0,562	Valid
17	X3	0,518	Valid
18	X3	0,566	Valid
19	Y	0,570	Valid
20	Y	0,525	Valid
21	Y	0,344	Valid
22	Y	0,377	Valid
23	Y	0,789	Valid
24	Y	0,778	Valid

*Sumber: Olahan peneliti 2021*

Tabel tersebut dapat diketahui jika hasil koefesin korelasi paling kecil adalah 0,344, angka tersebut sesuai dengan kriteria yang telah dipaparkan oleh Sugiyono. Instrumen dapat dikatakan valid jika koefisien korelasi sama dengan 0,3 atau lebih (paling kecil 0,3) maka butir instrumen dinyatakan valid.

Atau dengan membandingkan  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dapat diketahui dengan mencari r tabel df (*degree of freedom*) = n (jumlah angket) – k (variabel independen) - 1, yaitu  $24-3-1 = 20$  atau sebesar 0,478, dengan demikian  $0,657 > 0,344$  maka soal tersebut dikatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Hasil penelitian yang reliabel bila terdapat instrumennya sama, repondennya sama, dan waktunya yang berbeda. Uji Reliabilitas merupakan indeks yang menunjukkan mana suatu alat pengukuran dipakai dua kali untuk mengukur gejala yang sama dan hasil pengukuran yang diperoleh relatif konsisten. Dengan kata lain, reliabilitas menunjukkan konsistensi suatu alat pengukuran di dalam mengukur gejala yang sama. Intrumen yang baik tidak mungkin bersifat tendensius mengarahkan responden untuk memilih jawaban-jawaban tertentu. reliabel artinya dapat dipercaya juga dapat diandalkan. Sehingga beberapa kali diulang pun hasilnya akan tetap sama (konsisten).

Menguji tingkat reliabilitas, peneliti menggunakan bantuan *software spss 26.0 for windows*. Cara menuliskan *outputnya* dengan

membandingkan  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$ . Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka data dikatakan reliabel. Atau Sugiyono mengemukakan pada taraf  $\alpha = 0,05$  koefisien Alpha yang diperoleh masing-masing variabel adalah  $> 0,6$

**Tabel 4.7 Interpretasi Reliabel Rumus Alpha**

Koefisien Korelasi	Keputusan
0,800-1,000	Sangat reliabel
0,600-0,799	Reliabel
0,400-0,599	Cukup reliabel
0,200-0,399	Agak reliabel
0,000-0,199	Tidak reliabel

Hasil uji reabilitas angket Pengetahuan (X1), Promosi (X2), Lokasi (X3), serta Minat Mahasiswa(Y) dengan menggunakan bantuan aplikasi SPSS 26,0 diperoleh hasil sebagai berikut:

**Tabel 4.8 Rekapitulasi Hasil Uji Realibilitas Angket**

Variabel	Nilai	Kesimpulan
<b>X1</b>	0,657	Reliabel
<b>X2</b>	0,671	Reliabel
<b>X3</b>	0,723	Reliabel
<b>Y</b>	0,754	Reliabel

Hasil dari nilai uji reliabilitas tersebut, diketahui bahwa jumlah sampel atau responden yang dianalisis yakni sebanyak 92 mahasiswa perbankan syariah. Karena tidak ada yang kosong maka jumlah validnya adalah 100% dari tabel diatas dapat diketahui bahwa ada 5 butir item pertanyaan dari masing-masing angket yang dilakukan pengulangan untuk masing-masing variabel dalam penelitian ini dapat diketahui angka terkecil yaitu  $0,657 > 0,6$ ,

yang artinya jika hasil uji reliabilitas memenuhi kriteria. Setelah kuesioner dinyatakan telah memenuhi uji validitas dan reliabilitas, maka kuesioner tersebut dapat digunakan sebagai instrumen dalam penelitian ini.

## 2. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas

Penelitian ini dalam melakukan uji normalitas menggunakan uji *Kolmogrov and Smirnov*. Cara ini digunakan untuk mendeteksi apakah residual terdistribusi secara normal atau tidak adalah dengan analisis grafik atau analisis statistik sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Imam Ghazali. Jika nilai signifikansinya lebih dari 0,05 maka data tersebut berdistribusi normal dan jika nilai signifikansinya kurang dari 0,05 maka data tersebut tidak berdistribusi normal. Berikut merupakan tabel hasil uji normalitas:

**Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas**  
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		92
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.04500000
Most Extreme Differences	Absolute	.132
	Positive	.132
	Negative	-.291
Test Statistic		.149
Asymp. Sig. (2-tailed)		.062 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.

- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

Berdasarkan tabel 4.8 yang diperoleh dari perhitungan dengan menggunakan software *spss 26.0 for windows* diketahui nilai sig 0,062 > 0,05. Dari penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal. Sehingga data layak digunakan dan dilakukan uji selanjutnya.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan sebagai salah satu syarat dalam uji asumsi klasik. Bilamana tidak dijumpai multikolinieritas maka tahapan dalam penelitian model regresi dapat dilanjutkan. Bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel independent. Dasar pengambilan keputusan dalam uji ini dengan menggunakan uji beda nilai *tolerance* dan VIF, menurut Imam Ghazali tidak terjadi gejala multikolinieritas jika nilai *tolerance* > 0,100 dan nilai VIF < 10,00.

**Tabel. 4.10 Uji Multikolinieritas**

Model	Unstandardized Coefficients		Coefficients <sup>a</sup>			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
(Constant)	2.702	.251		10.744	.000		
Pengetahuan	.261	.108	.428	2.417	.003	.055	1.742
Promosi	.052	.094	.079	4.547	.000	.056	2.216

Lokasi	.208	.103	.300	2.025	.004	.030	2.044
--------	------	------	------	-------	------	------	-------

a. Dependent Variable: Minat

Tabel tersebut dapat diketahui nilai Pengetahuan (X1) *tolerance* sebesar 0,055 dan nilai VIF sebesar 1,742, Promosi (X2) *tolerance* sebesar 0,756 dan nilai VIF sebesar 2,216, Lokasi (X3) *tolerance* sebesar 0,314 dan nilai VIF sebesar 2,044.

Kemudian jika diperbandingkan satu persatu setiap variabel, maka dapat diketahui sebagai berikut:

Nilai Pengetahuan: nilai *tolerance* sebesar  $0,055 > 0,100$  dan nilai VIF  $1,742 < 10,00$ .

Nilai Promosi: nilai *tolerance* sebesar  $0,056 > 0,100$  dan nilai VIF  $2,216 < 10,00$ .

Nilai Lokasi: nilai *tolerance* sebesar  $0,030 > 0,100$  dan nilai VIF  $2,044 < 10,00$ .

Hasil pengujian dari variabel independen dalam penelitian ini semuanya dinyatakan memenuhi kriteria dan tidak ditemukan adanya gejala multikolinieritas sehingga dapat melanjutkan kepada tahapan selanjutnya.

#### c. Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah terdapat kesamaan varians dari residual satu ke pengamatan ke pengamatan yang lain. Dalam model regresi yang baik maka terjadi homoskedastisitas dan tidak terjadi heteroskedastisitas. Uji

heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidak samaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan tetap maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda heteroskedastisitas.

Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk mendeteksi adanya gejala heteroskedastisitas, akan digunakan uji *Glejser*. Metode ini dilakukan dengan meregresikan variabel bebasnya terhadap nilai absolute residual. Metode regresi tidak mengandung heteroskedastisitas apabila nilai signifikan variabel bebasnya terhadap nilai absolute residual statistik lebih besar dari nilai signifikansi = 0,05.

**Tabel 4.11 Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Model	Coefficients <sup>a</sup>				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.794	.479		.000	.000
Pengetahuan	.001	.105	.000	.000	.450
Promosi	.001	.034	.000	.000	.652
Lokasi	.000	.609	.000	.000	.712

a. Dependent Variable: Abs\_RES

Sesuai dengan uji statistik tersebut, dapat diketahui jika uji heteroskedastisitas yang dilaksanakan didapatkan nilai signifikansi sebesar 0,450 untuk variabel X1, 0,652 untuk variabel X3, dan 0,712 untuk variabel X3. Sesuai dengan kriteria apabila nilai signifikan variabel bebasnya terhadap nilai absolute residual statistik lebih besar

dari nilai signifikansi = 0,05, maka dapat diartikan jika tidak ada gejala heteroskedastisitas sehingga syarat asumsi klasik dalam uji regresi berganda dapat terpenuhi.

d. Uji Autokorelasi

Penelitian ini, menggunakan uji autokorelasi menggunakan model *Durbin and Watson*. Menurut imam ghazali suatu uji autokorelasi dapat dikatakan tidak ada gejala autokorelasi jika nilainya terletak diantara  $du$  sampai dengan  $(4-du)$ . Uji *Durbin Waston* (uji DW) hanya digunakan untuk autokorelasi tingkat satu (*first other autocorrelation*) dan tidak ada variabel lagi di antara variabel independent.

**Tabel. 4.12 Uji Autokorelasi**

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.018 <sup>a</sup>	.971	.942	36.43800	3.339

a. Predictors: (Constant), Pengetahuan, promosi, Lokasi

b. Dependent Variable: Minat

Dari hasil penghitungan tersebut didapatkan nilai *durbin-watson* sebesar 3,339. Kemudian untuk mencari *nilai du* dicari pada distribusi tabel *durbin-watson*, berdasarkan K (3) dan N (92) dengan nilainya yaitu 1,540, dengan menggunakan rumus  $4 - du$  ( $4 - 1,540$ ) = 3,540.

Dengan menggunakan dasar pengambilan keputusan kriteria tidak ada gejala auto korelai jika nilai *durbin-watson* terletak antara  $du$  sampai

dengan (4-du), 1,540 (nilai du) > 3,339 (nilai durbin-watson) > 3,540 (nilai 4-du). Nilai uji autokorelasi berada diantara nilai du dan (4-du) sehingga dapat dikatakan tidak ada gejala auto korelasi dalam penelitian ini, dan dinyatakan memenuhi syarat uji asumsi klasik.

### 3. Uji Regresi Linier Berganda

Uji regresi linier berganda dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen atau variabel bebas yaitu Pengetahuan (X1), Promosi (X2), dan Lokasi (X3) terhadap Minat mahasiswa menggunakan internet banking (Y).

**Tabel 4.12 Uji Regresi Linier Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients		Coefficients <sup>a</sup>		Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	T	Sig.	Tolerance	VIF
1 (Constant)	4.019	.248		8.412	.000		
Pengetahuan	.119	.105	.415	4.174	.000	.552	6.742
Promosi	.017	.034	.073	3.147	.001	.558	3.722
Lokasi	.816	.101		5.103	.001	.137	4.004

a. Dependent Variable: Minat

Berdasarkan pada tabel 4.12 diatas, maka dapat disusun persamaan atau model regresi sebagai berikut:

$$Y = 4,019 + 0,119 X_1 + 0,017 X_2 + 0,816 X_3 + e$$

Dari persamaan regresi diatas, maka dapat diuraikan sebagai berikut:

Diketahui nilai Pengetahuan ( $X_1$ ), Promosi ( $X_2$ ), dan Lokasi ( $X_3$ ) Konstanta terhadap Minat menggunakan internet banking ( $Y$ ) sebesar 4,019.

- a. Koefisien Pengetahuan ( $X_1$ ) sebesar 0,119 artinya bahwa setiap kenaikan satu satuan Pengetahuan ( $X_1$ ), akan meningkatkan Minat sebesar 0,119 satuan.
- b. Koefisien Promosi ( $X_2$ ) sebesar 0,017 artinya bahwa setiap kenaikan satu satuan Promosi ( $X_2$ ), akan meningkatkan Minat sebesar 0,017 satuan.
- c. Koefisien Lokasi ( $X_3$ ), sebesar 0,816 artinya bahwa setiap kenaikan satu satuan Lokasi ( $X_3$ ), akan meningkatkan Minat sebesar 0,816 satuan.

#### **4. Uji Hipotesis**

Uji hipotesis yang digunakan dalam peneliti ini menggunakan uji regresi linier berganda, terdapat dua model pengujian yang digunakan. Pertama, yaitu uji *T Parsial* yang digunakan untuk menguji secara sendiri-sendiri antara satu variabel independen dengan variabel dependen. Kedua, uji *F Simultan* yaitu digunakan untuk menguji semua variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

$H_1$  : Ada pengaruh Pengetahuan terhadap minat menggunakan internet banking di Bank Syariah di masa pandemi COVID-19

H<sub>2</sub> : Ada pengaruh variabel Promosi terhadap terhadap minat menggunakan internet banking di Bank Syariah di masa pandemi COVID-19

H<sub>3</sub> : Ada pengaruh Lokasi terhadap terhadap minat menggunakan minat menggunakan internet banking di Bank Syariah di masa pandemi COVID-19

H<sub>4</sub> : Ada pengaruh Pengetahuan, Promosi, dan Lokasi terhadap minat menggunakan internet banking di Bank Syariah di masa pandemi COVID-19

a. Uji *T Parsial*

Uji ini digunakan dalam penelitian model regresi dengan menguji antara satu variabel independen dengan variabel dependen. Dengan analisis berdasarkan perbandingan nilai signifikansi. Menurut Imam Gazhali, jika nilai *sig.* < 0,05 maka artinya variabel X berpengaruh terhadap variabel Y, atau penghitungan uji *T Parsial* berdasarkan t hitung dan t tabel, jika nilai t hitung > t tabel berpengaruh.

Rumus mencari t tabel yaitu  $(0,05:2 ; 24 - 3 - 1) = (0,025 ; 20) = 2,055$ .

**Tabel. 4.13 Hasil Uji Hipotesis T Parsial**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.019	.248		8.412	.000

Pengetahuan	.119	.105	.415	4.174	.000
Promosi	.017	.034	.073	3.147	.001
Lokasi	.816	.101		5.103	.001

a. Dependent Variable: Minat

Berdasarkan penghitungan tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut:

1) Hipotesis pertama (H1) Ada pengaruh Pengetahuan terhadap minat menggunakan internet banking Bank Syariah di masa pandemi COVID-19.

Sesuai dengan penghitungan tersebut dapat diketahui nilai signifikansi sebesar 0,000. 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 pertama atau variabel Pengetahuan berpengaruh terhadap minat.

Selain itu dengan membandingkan, penghitungan uji *T Parsial* berdasarkan t hitung dan t tabel, jika nilai t hitung > t tabel maka dapat dikatakan variabel independen memberikan berpengaruh terhadap variabel dependen dengan nilai 4,174 > 1,292, yang dapat dikatakan memberikan pengaruh.

Hasil dari penelitian pada hipotesis pertama, "Ada pengaruh Pengetahuan terhadap minat menggunakan internet banking Bank Syariah di masa Pandemi COVID-19."

2) Hipotesis kedua (H2) Ada pengaruh variabel Promosi terhadap terhadap minat menggunakan internet banking Bank Syariah di masa Pandemi COVID-19.

Sesuai dengan penghitungan tersebut dapat diketahui nilai signifikansi sebesar 0,001. Sesuai dengan jika nilai *sig.* < 0,05 maka artinya variabel X berpengaruh terhadap variabel Y, 0,002 < 0,05 maka dapat dikatakan pada hipotesis yang kedua atau variabel X2 yaitu Promosi berpengaruh terhadap minat

Selain itu dengan membandingkan, penghitungan uji *T Parsial* berdasarkan t hitung dan t tabel, jika nilai t hitung > t tabel maka dapat dikatakan variabel independen memberikan berpengaruh terhadap variabel dependen dengan nilai 3,147 > 1,292, yang dapat dikatakan memberikan pengaruh.

Hasil dari penelitian pada hipotesa kedua, ”Ada pengaruh variabel Promosi terhadap terhadap minat menggunakan internet banking Bank Syariah di masa Pandemi COVID-19.”

3) Hipotesis ketiga (H3) Ada pengaruh Lokasi terhadap terhadap minat menggunakan internet banking minat menggunakan internet banking Bank Syariah di masa Pandemi COVID-19.

Sesuai dengan penghitungan tersebut dapat diketahui nilai signifikansi sebesar 0,001. Sesuai dengan jika nilai *sig.* < 0,05 maka artinya variabel X berpengaruh terhadap variabel Y, 0,002 < 0,05

maka dapat dikatakan pada hipotesa yang ketiga atau variabel Lokasi berpengaruh terhadap minat.

Selain itu dengan membandingkan, penghitungan uji *T Parsial* berdasarkan *t* hitung dan *t* tabel, jika nilai *t* hitung > *t* tabel maka dapat dikatakan variabel independen memberikan berpengaruh terhadap variabel dependen dengan nilai  $5,013 > 1,292$ , yang dapat dikatakan memberikan pengaruh.

Hasil dari penelitian pada hipotesa ketiga, "Ada pengaruh Lokasi terhadap terhadap minat menggunakan internet banking Bank Syariah di masa pamdemi COVID-19."

b. Uji *F Simultan*

1) Penghitungan

Uji ini digunakan untuk mengetahui pengaruh dari suatu variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Menurut Imam Ghazali, jika nilai *sig.* < 0,05 maka variabel X berpengaruh terhadap Y. Selain itu guna meyakinkan hasil penelitian, dilakukan perbandingan pada nilai hitung *f* tabel, jika nilai *f* hitung > *f* tabel maka variabel X berpengaruh terhadap Y.

**Tabel. 4.14 Hasil Uji Hipotesis *F Simultan***

Model	ANOVA <sup>a</sup>				
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	11.306	2	5.653	3.346	.001 <sup>b</sup>

Residual	27.398	98	.288		
Total	38.704	100			

a. Dependent Variable: Minat

b. Predictors: (Constant), Pengetahuan, Promosi, Lokasi

Hasil pengujian tersebut dapat diketahui, jika nilai *sig.* < 0,05 maka variabel X berpengaruh terhadap Y. Maka dapat diketahui  $0,001 < 0,05$  sehingga dari perbandingan pada uji signifikansi dapat dinyatakan hipotesa diterima. Maka dapat dikatakan “Ada pengaruh Pengetahuan, Promosi, dan Lokasi terhadap minat menggunakan internet banking Bank Syariah dimasa Pandemi COVID-19..” atau dapat dinyatakan jika uji secara bersama-sama variabel X memberikan pengaruh terhadap variabel Y.

c. Uji Besar Pengaruh

Dalam penelitian ini, guna mengetahui sebesara besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen maka digunakan uji *R square*.

**Tabel. 4.15 Uji *R Square***

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.047 <sup>a</sup>	.056	.221	.703

a. Predictors: (Constant), Pengetahuan, Promosi, Lokasi

b. Dependent Variable: Minat

Hasil pengujian tersebut dapat diketahui besaran nilai *R square* sebesar 0,056 atau jika dikonfersi menuju persen menjadi

56%. Sehingga dapat ditarik kesimpulan jika Ada pengaruh Pengetahuan, Promosi, dan Lokasi terhadap minat menggunakan internet banking Bank Syariah dimasa pandemi COVID-19 berpengaruh sebesar 56%, selebihnya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

#### D. Rekapitulasi Hasil Penelitian

Sesuai dengan kajian dalam penelitian ini mengenai mengkaji “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Mahasiswa Menggunakan Internet Banking Bank Syariah Di Masa Pandemi COVID-19,” Guna mempermudah membaca kesimpulan akhir dalam rangkaian uji statistik yang telah dilaksanakan, maka peneliti merangkumnya dalam rekapitulasi hasil penelitian, yaitu sebagai berikut:

**Tabel. 4.16 Rekapitulasi Hasil Penelitian**

No	Hipotesa	Penghitungan	Kesimpulan
1	Ada pengaruh Pengetahuan terhadap minat Bank Syariah dimasa pandemi COVID-19.	Sesuai dengan jika nilai <i>sig.</i> < 0,05 maka artinya variabel X berpengaruh terhadap variabel Y, 0,000 < 0,05 maka dapat dikatakan pada hipotesa yang pertama berpengaruh terhadap minat. Selain itu dengan membandingkan t hitung dan t tabel, jika nilai t hitung > t tabel maka dapat dikatakan variabel independen memberikan berpengaruh terhadap variabel dependen dengan nilai 4,174 > 1,292, yang dapat dikatakan memberikan pengaruh.	Ha Diterima
2	Ada pengaruh Promosi terhadap minat Bank Syariah dimasa pandemi COVID-19.	Sesuai dengan penghitungan tersebut dapat diketahui nilai signifikansi sebesar 0,001. Sesuai dengan jika nilai <i>sig.</i> < 0,05 maka artinya variabel X berpengaruh terhadap variabel Y, 0,002 < 0,05 maka dapat dikatakan pada hipotesa yang kedua atau variabel X2 berpengaruh terhadap minat. Selain itu dengan membandingkan t hitung dan t tabel, jika nilai t hitung > t	Ha Diterima

		tabel maka dapat dikatakan variabel independen memberikan berpengaruh terhadap variabel dependen dengan nilai $3,147 > 1,292$ , yang dapat dikatakan memberikan pengaruh	
3	Ada pengaruh Lokasi terhadap minat Bank Syariah dimasa pandemi COVID-19	Sesuai dengan rumus jika nilai <i>sig.</i> $< 0,05$ maka artinya variabel X berpengaruh terhadap variabel Y, $0,001 < 0,05$ maka dapat dikatakan pada hipotesa yang ketiga berpengaruh terhadap minat. Selain itu dengan membandingkan t hitung dan t tabel, jika nilai t hitung $> t$ tabel maka dapat dikatakan variabel independen memberikan berpengaruh terhadap variabel dependen dengan nilai $5,103 > 1,292$ , yang dapat dikatakan memberikan pengaruh.	Ha Diterima
4	Ada pengaruh Pengetahuan, Promosi, dan Lokasi terhadap minat nasabah Bank Syariah dimasa pandemi COVID-19	Hasil pengujian tersebut dapat diketahui, jika nilai <i>sig.</i> $< 0,05$ maka variabel X berpengaruh terhadap Y. Maka dapat diketahui $0,001 < 0,05$ sehingga dari perbandingan pada uji signifikansi dapat dinyatakan hipotesa diterima	Ha Diterima