

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Analisis Pengaruh Persepsi, Pengetahuan, Dan Lokasi Terhadap Minat Memilih Produk Perbankan Syariah (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung” ini ditulis oleh Alif Menawan Ayu Putri, nim. 12401173358, Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung. Pembimbing : Muhammad Aqim Adlan,S.Ag. S.Pd., M.E.I

Latar belakang penelitian ini berasal dari fenomena perkembangan dunia perbankan syariah dalam meng eksploitasi produk perbankan mereka yang mana banyak sekali bermunculan produk yang inovatif dan menarik yang menjawab keperluan nasabah. Dalam system pendidikan dalam fakultas yang dekat dengan dunia lembaga keuangan yaitu pada fakultas ekonomi dan bisnis islam yang mana didalamnya memuat beberapa mata kuliah yang bersinggungan langsung dengan dunia perbankan yang bercorak syariah.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah (1) bagaimana pengaruh persepsi terhadap minat mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung dalam memilih produk perbankan syariah? (2) bagaimana pengaruh pengetahuan terhadap minat mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung dalam memilih produk perbankan syariah? (3) bagaimana pengaruh lokasi terhadap minat mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung dalam memilih produk perbankan syariah? (4) bagaimana pengaruh persepsi, pengetahuan dan lokasi secara bersama-sama mempengaruhi minat mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung Dalam memilih produk perbankan syariah?

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan teori slovin dari jumlah populasi sebanyak 17.287 dan menghasilkan sebanyak 99 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan penyebaran kuesioner atau angket dengan menggunakan skala pengukuran likert. Adapun analisis data yang digunakan meliputi (1) uji validitas dan reliabilitas, (2) uji asumsi klasik diantaranya uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas, (3) uji regresi linier berganda, (4) uji hipotesis yang meliputi uji t dan uji f dan uji r^2 .

Hasil penelitian ini menunjukkan (1) persepsi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap terhadap minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung dalam memilih produk perbankan syariah, (2) pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung dalam memilih produk perbankan syariah, (3) lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung dalam memilih produk perbankan syariah, (4) persepsi, pengetahuan, lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung Dalam Memilih Produk Perbankan Syariah.

Kata kunci : Persepsi, Pengetahuan, Lokasi, Bank Syariah

ABSTRACT

The thesis entitled "Analysis Of The Influence Of Perception, Knowledge, And Location On Interest In Choosing Islamic Banking Products (A Case Study On Students Of The Islamic Economics And Business Faculty Of UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung" was written by Alif Menawan Ayu Putri, nim. 12401173358, Department of Islamic Banking Faculty Islamic Economics and Business State Islamic University Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung Supervisor : Muhammad Aqim Adlan, M. E. I

The background of this research comes from the phenomenon of the development of the world of Islamic banking in exploiting their banking products where a lot of innovative and interesting products have emerged that respond to customer exits. In the education system in faculties that are close to the world of financial institutions, namely the Islamic economics and business faculty, which includes several courses that are in direct contact with the world of Islamic banking.

The formulation of the problem in this study is (1) how is the influence of perception on the interest of students of the Islamic Economics And Business Faculty Of UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung in choosing Islamic banking products? (2) how is the influence of knowledge on the interest of students of the Islamic Economics and Business Faculty of UIN Sayyid Ali rahmatullah Tulungagung in choosing Islamic banking products? (3) how is the influence of location on the interest of students of the Islamic Economics And Business Faculty Of UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung in choosing Islamic banking products? (4) how do perceptions, knowledge and location influence the interest of students of the Islamic Economics And Business Faculty Of UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung in choosing Islamic banking products?

This research uses a quantitative approach with associative research type. The sampling technique used the slovin theory from a total population of 17,287 and produced as many as 99 respondents. Data collection techniques using questionnaires or questionnaires using a Likert measurement scale. The data analysis used includes (1) validity and reliability tests, (2) classical assumption tests including normality test, multicollinearity test, and heteroscedasticity test, (3) multiple linear regression test, (4) hypothesis testing which includes t test and test. f and r² test.

The results of this study indicate (1) perception does not have a positive and significant effect on the interest of students of the Islamic Economics and Business Faculty of UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung in choosing Islamic banking products, (2) knowledge has a positive and significant effect on the interests of students of the Islamic Economics and Business Faculty of UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung in choosing Islamic banking products, (3) location has a positive and significant effect on the interest of students of the Islamic Economics and Business Faculty at Sayyid Ali rahmatullah Tulungagung in choosing sharia banking products, (4) perception, knowledge, location has a positive and significant impact on The interest of students of the Islamic Economics and Business Faculty of UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung In Choosing Islamic Banking Products.

Keywords: Perception, Knowledge, Location, Islamic Bank