

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Sejarah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UINSU



Gambar 4.1
Gedung Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SU Medan diresmikan pada tahun 2013 oleh Menteri Agama RI bapak H. Suryadharma Ali. Kendati baru diresmikan pada tahun 2013, kiprah FEBI telah dimulai sejak tahun 2000 dengan didirikannya Program Diploma III Manajemen Perbankan dan Keuangan Syariah dan Jurusan Ekonomi Islam di Fakultas Syariah UIN SU Medan. Menyahuti minat masyarakat yang ditunjukkan dengan meningkatnya pendaftar di Ekonomi Islam, maka UIN SU mengajukan peningkatan status dari jurusan menjadi fakultas tersendiri di lingkungan UIN SU Medan. Maka lahirlah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) yang diresmikan pada tahun 2013 oleh Menteri Agama.

Kehadiran FEBI diharapkan dapat menyahuti kebutuhan SDM bidang ekonomi syariah yang terus meningkat setiap tahunnya. Menurut laporan tahunan Islamic Development Bank (IDB), diperkirakan industri perbankan syariah tumbuh lebih dari 15 persen per tahun dengan jumlah institusi keuangan syariah lebih dari 300 persen tersebar di lebih 75 negara dengan perkiraan total asset 500 miliar dolar atau sekitar Rp. 4.600 triliun. Pada akhir tahun 2007, total asset tercatat 660 dolar dan di akhir tahun 2012 lebih dari 1600 USD. Kesenjangan yang terjadi antara industri keuangan

syariah yang terus berkembang dengan ketersediaan SDM syariah yang dirasa masih sangat kurang, maka pendidikan adalah cara yang paling masuk akal untuk mengatasinya. Demikian juga dari sisi konstruksi keilmuan ekonomi Islam yang masih harus diperkokoh.

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SU sangat serius menyiapkan tenaga-tenaga praktisi yang bias bekerja di industry keuangan syariah dan menyiapkan ahi yang diharapkan dapat membangun dan mengembangkan sisi keilmuan ekonomi syariah. Dari tangan merekalah nantinya akan lahir praktisi-prsktisi ekonomi syariah yang unggul. Dari tahun ke tahun peminat ekonomi Islam di UIN SU memang menunjukkan peningkatan. Untuk tahun ajaran baru tahun 2014 sampai sekarang FEBI membuka 10 kelas yang diperkirakan akan terpenuhi seluruhnya mengingat selama ini peminat memang cukup banyak.

2. Visi dan Misi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SU

a. Visi

Masyarakat pembelajar yang unggul dalam pendidikan dan pengajaran, penelitian, pengabdian masyarakat di bidang ekonomi dan bisnis islam di Asia Tenggara Tahun 2039.

b. Misi

- 1) Membangun system dan atmosfer akademik untuk menghasilkan lulusan yang islami, berkompetensi dan berkarakter wirausaha.
- 2) Mengintegrasikan ilmu ekonomi dan bisnis berbasis islam ke dalam Tridharma Perguruan Tinggi.
- 3) Mengembangkan dan menyebarluaskan ilmu pengetahuan dan teknologi dibidang ekonomi dan bisnis islam melalui pendidikan, penelitian dan pengabdian masyarakat.
- 4) Membangun tata kelola fakultas yang berorientasi pada layanan yang memuaskan.
- 5) Melakukan kerjasama yang produktif dan konstruktif dengan berbagai lembaga yang mendukung pencapaian visi fakultas.

3. Sejarah Prodi Perbankan Syariah FEBI UIN SU

Program Studi Perbankan Syari'ah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara berdiri sejak tahun 2015. Program Studi Perbankan Syariah awalnya adalah bagian dari peminatan Program Studi Ekonomi Islam. Karena peminat program studi ini besar, maka sejak tahun 2013 di upayakan menjadi program studi tersendiri. Baru di awal

tahun akademik 2015-2016 Program Studi Perbankan Syariah telah dapat beroperasi dan menerima mahasiswa baru. Pendirian program studi Perbankan Syariah berdasarkan Surat Keputusan Direktur Jenderal Perguruan Tinggi Kementerian Agama Republik Indonesia Nomor 1267 Tahun 2015 tanggal 2 Maret 2015.

Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Syariah IAIN Sumatera Utara berdiri sejak tahun 2009. Pendirian program studi ini berawal dari pendirian Forum Kajian Ekonomi dan Perbankan Islam (FKEBI) yang merupakan lembaga non-struktural di IAIN Sumatera Utara. Sejak berdirinya tahun 1990 sampai dengan saat ini FKEBI selalu responsif untuk mengembangkan Ekonomi Islam. Aktifitas dan kegiatan lembaga ini terfokus pada kajian, penelitian, penerbitan, pelatihan dalam rangka pengembangan ilmu ekonomi Islam dan pengabdian kepada masyarakat.

Diawali oleh beberapa kunjungan timbal balik antara pejabat IAIN Sumatera Utara dengan pejabat Universitas Islam Antarbangsa (UIA) Malaysia dan Institut Kefahaman Islam Malaysia (IKIM), pada tanggal 25 s/d 28 Oktober 1993 dilaksanakanlah “Seminar dan Workshop Ekonomi Islam” yang bertempat di Asrama Haji Medan. Seminar ini tercatat sebagai seminar pertama tentang Ekonomi Islam di luar Pula Jawa.

Menindak lanjuti salah satu Action Plan dari Seminar dan Workshop di atas, yaitu mensosialisasikan ekonomi Islam dan mengembangkan ilmunya, maka FKEBI sebagai bahagian dari IAIN Sumatera Utara mulai melakukan wujud nyata dengan berbagai kegiatan sosialisasi ekonomi Islam bekerjasama dengan berbagai pihak, termasuk dunia perbankan syariah.

Pengembangan ekonomi Islam tidaklah lengkap apabila tidak di ikuti dengan pengembangan dunia pendidikan. Karena itu IAIN SU mulai mendirikan program studi – program studi dibawah disiplin Ilmu ekonomi Islam. Tahun 1997, Fakultas Syariah IAIN SU dipercayakan untuk mendirikan Program Diploma Tiga (D-3) “Manajemen Perbankan dan Keuangan Syari’ah”. Tenaga dosen program studi ini mayoritas berasal dari luar IAIN, yaitu sarjana ekonomi dan praktisi perbankan dan keuangan. Pada tahun ajaran 2003 minat mahasiswa memasuki Prodi ini meningkat sehingga diterima sebanyak 2 lokal (sebelumnya hanya satu lokal).

Perkembangan praktik ekonomi Islam, seperti perbankan syari’ah, asuransi syari’ah dan sektor ril syari’ah, di samping minat masyarakat terhadap program D-3 sebelumnya

semakin meningkat, maka Fakultas Syaria'ah pada tahun 2009 membuka program studi Perbankan Syariah untuk program strata satu. Prodi Perbankan Syariah ternyata mendapat sambutan yang sangat baik, terutama dari Departemen Agama. Sambutan tersebut dituangkan dalam Surat Keputusan Direktur Jenderal Kelembagaan Agama Islam Nomor DJ.II/158/2004 tanggal 27 Mei 2004 tentang Izin Penyelenggaraan Program Studi Perbankan Syariah Program Sarjana (S-1) Pada Fakultas Syariah IAIN Sumatera Utara Medan. Berdasarkan SK tersebut, maka IAIN Sumatera Utara secara resmi telah dapat mengelola program studi Strata-1 Perbankan Syariah pada Fakultas Syariah.

B. Deskriptif Data Penelitian

Data penelitian dalam penelitian ini dikumpulkan dengan cara membagikan kuesioner secara langsung kepada responden yang telah memenuhi kriteria peneliti, yaitu para mahasiswa prodi Perbankan Syariah UIN Sumatera Utara. Kuesioner tersebut diperoleh peneliti dengan cara menemui responden secara langsung dan memberikannya kepada responden untuk diisi.

Pengambilan data secara langsung dengan menemui responden tersebut dilaksanakan dengan tujuan agar lebih efektif dalam meningkatkan respon rate dari responden. Pengumpulan data dilaksanakan dengan cara menyebar link dari google form kepada mahasiswa prodi Perbankan Syariah FEBI UIN Sumatera Utara. Penyebaran kuesioner tersebut dilaksanakan oleh peneliti pada tanggal 19 Agustus 2023 sampai dengan 18 September 2023. Responden yang diambil dalam hal ini adalah sebanyak 70 responden.

C. Karakteristik Responden

Karakteristik responden yang dimaksud dalam penelitian ini adalah jenis kelamin. Berdasarkan kuesioner yang disebar oleh peneliti kepada mahasiswa prodi Perbankan Syariah UIN Sumatera Utara, sebagai berikut:

Berdasarkan hasil penelitian yang dilaksanakan dengan menggunakan kuesioner, maka diperoleh data jenis kelamin sebagai berikut:

Tabel 4.1

Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase
Laki-laki	26	26%

Perempuan	44	44%
Jumlah	70	70%

Sumber: Data Primer diolah, 2023

Pada tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa terdapat 70 responden dalam penelitian, yaitu terdapat 26 jumlah laki-laki serta 44 jumlah perempuan.

D. Hasil Penelitian

1. Analisis Statistik

Deskriptif Pada analisis statistik deskriptif memberikan informasi atau gambaran terkait dengan data yang terdiri dari rata-rata (mean), standar deviasi, varian, maksimum, sum, range, kurtosis dan skewness.

Tabel 4.2
Hasil Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Total X1	70	8	14	11.07	1.365
Total X2	70	5	10	7.37	1.194
Total Y	70	17	30	22.99	3.053
Total Z	70	11	20	15.66	2.035
Valid N (listwise)	70				

Sumber: Data Primer diolah, 2023

Dari tabel diatas, dapat dilihat pada variabel pengetahuan produk (X1) memiliki skor paling tinggi yaitu sebesar 14, sedangkan skor yang paling rendah adalah sebesar 8. Data variabel pengetahuan produk memiliki rata-rata hitung sebesar 11.07, dengan standar deviasi sebesar 1.365.

Kemudian, pada variabel pengetahuan lokasi (X2) skor paling tinggi sebesar 10, sedangkan skor paling rendah adalah sebesar 5. Data variabel pengetahuan lokasi memiliki rata-rata hitung sebesar 7.37, dengan standar deviasi sebesar 1.194.

Selanjutnya, pada variabel minat menjadi nasabah (Y) memiliki skor paling tinggi sebesar 30, sedangkan skor paling rendah adalah sebesar 17. Data variabel minat menjadi nasabah memiliki rata-rata hitung sebesar 22.99, dengan standar deviasi sebesar 3.053.

Dan pada variabel persepsi manfaat memiliki skor paling tinggi adalah sebesar 20, sedangkan skor yang paling rendah adalah sebesar 11. Data variabel persepsi manfaat memiliki rata-rata hitung sebesar 15.66, dengan standar deviasi sebesar 2.035.

2. Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas

Setelah mendapatkan data dari kuesioner, untuk menguji apakah kuesioner tersebut valid atau tidak, maka dilakukan uji validitas ini. Dalam penelitian ini, untuk mengukur validitas suatu data dilaksanakan dengan menggunakan bantuan dari program SPSS. Kriteria yang digunakan untuk mengukur validitas data ini adalah:

- 1) Apabila r hitung $>$ r tabel dengan degree of freedom (df) adalah n (jumlah sampel) $- 2$, maka item kuesioner tersebut valid.
- 2) Sebaliknya, apabila r hitung $<$ r tabel dengan df adalah $n - 2$, maka item tersebut dikatakan valid.

Dalam pengujian validitas dipenelitian ini, H_0 adalah pertanyaan dan atau pernyataan yang telah valid. Oleh karena itu, H_0 diterima jika r hitung $>$ r tabel. Df dihitung dengan $df = 70 - 2 = 68$. Sedangkan tingkat signifikan yang digunakan adalah 5%. Sehingga, r tabel = $r(68:0,05) = 0,198$. Selanjutnya untuk mengetahui besarnya r hitung, peneliti menggunakan bantuan SPSS dengan melakukan persamaan item correlation, yaitu dengan melihat kolom corrected item – total correlation. Dari hasil yang diperoleh dalam kolom tersebut, maka selanjutnya hasil dari perhitungan tersebut akan dibandingkan dengan r tabel. Hasil yang didapatkan adalah sebagai berikut:

Tabel 4.3

Hasil Uji Validitas Variabel Pengetahuan Produk (X1)

No tem	R_{hitung}	$R_{tabel\ 5\%}$ (53)	Sig	Criteria
1	0,42	0,198	0,000	Invalid
2	0,730	0,198	0,000	Valid
3	0,222	0,198	0,000	Valid

Sumber: Data Primer diolah, 2023

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa pada variabel pengetahuan produk, khususnya pada kolom Corrected Item – Total Correlation pada item pertanyaan 1 didapatkan nilai r hitung yang lebih kecil dibandingkan dengan nilai r tabelnya yang sebesar 0,198, sehingga pertanyaan dalam variabel adalah tidak valid. Dan pertanyaan ke 2-3 nilai r hitung yang lebih besar dan dibandingkan dengan nilai r tabelnya yang sebesar 0,198, sehingga pertanyaan dalam variabel valid.

Tabel 4.4

Hasil Uji Validitas Variabel Pengetahuan Lokasi (X2)

No	R_{hitung}	$R_{tabel\ 5\%}$	Sig	Criteria
----	--------------	------------------	-----	----------

tem		(53)		
1	0,238	0,198	0,000	Valid
2	0,530	0,198	0,000	Valid

Sumber: Data Primer diolah, 2023

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa pada variabel pengetahuan lokasi, khususnya pada kolom Corrected Item – Total Correlation pada masing-masing item pertanyaan didapatkan nilai r hitung yang lebih besar dan positif dibandingkan dengan nilai r tabelnya yang sebesar 0,198, sehingga pertanyaan dalam variabel adalah valid.

Tabel 4.5

Hasil Uji Validitas Variabel Minat Menjadi Nasabah (Y)

No Item	R _{hitung}	R _{table 5%} (53)	Sig	Criteria
1	0,326	0,198	0,000	Valid
2	0,501	0,198	0,000	Valid
3	0,645	0,198	0,000	Valid
4	0,594	0,198	0,000	Valid
5	0,509	0,198	0,000	Valid
6	0,627	0,198	0,000	Valid

Sumber: Data Primer diolah, 2023

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa pada variabel pengetahuan lokasi, khususnya pada kolom Corrected Item – Total Correlation pada masing-masing item pertanyaan didapatkan nilai r hitung yang lebih besar dan positif dibandingkan dengan nilai r tabelnya yang sebesar 0,198, sehingga pertanyaan dalam variabel adalah valid.

Tabel 4.6

Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Manfaat (Z)

No tem	R _{hitung}	R _{table 5%} (53)	Sig	iteria
1	0,796	0,198	0,000	Valid
2	0,836	0,198	0,000	Valid
3	0,724	0,198	0,000	Valid
4	0,743	0,198	0,000	Valid

Sumber: Data Primer diolah, 2023

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa pada variabel pengetahuan lokasi, khususnya pada kolom Corrected Item – Total Correlation pada masing-masing item pertanyaan didapatkan nilai r hitung yang lebih besar dan positif dibandingkan dengan nilai r tabelnya yang sebesar 0,198, sehingga pertanyaan dalam variabel adalah valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk melihat kestabilan dan konsistensi sebuah instrumen dalam mengukur variabel-variabel penelitian sehingga instrumen tersebut

dikatakan reliabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban dari seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengujian reliabilitas didasarkan pada nilai Cronbach Alpha. Variabel dikatakan reliabel jika nilai dari Cronbach Alpha $< 0,60$. Adapun tingkat reliabilitas instrument variabel pengetahuan produk (X1), pengetahuan lokasi (X2), minat menjadi nasabah (Y), dan persepsi manfaat (Z) berdasarkan hasil olahan data SPSS versi 29.0 dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.7
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Pengetahuan Produk

Cronbach's Alpha	N of Item
,697	5

Sumber: Data Primer diolah, 2023

Nilai Cronbach Alpha dari instrumen variabel pengetahuan produk adalah sebesar 0,697. Nilai Cronbach Alpha dalam instrumen ini sudah lebih dari 0,60. Dengan demikian instrument penelitian ini untuk variabel trend dinyatakan sudah reliabel.

Tabel 4.8
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Pengetahuan Lokasi

Cronbach's Alpha	N of Item
,544	5

Sumber: Data Primer diolah, 2023

Nilai Cronbach Alpha dari instrumen variabel lokasi adalah sebesar 0,544. Nilai Cronbach Alpha dalam instrumen ini sudah lebih dari 0,60. Dengan demikian instrument penelitian ini untuk variabel trend dinyatakan sudah reliabel.

Tabel 4.9
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Minat Menjadi Nasabah

Cronbach's Alpha	N of Item
,966	5

Sumber: Data Primer diolah, 2023

Nilai Cronbach Alpha dari instrumen variabel pengetahuan produk adalah sebesar 0,966. Nilai Cronbach Alpha dalam instrumen ini sudah lebih dari 0,60. Dengan demikian instrument penelitian ini untuk variabel trend dinyatakan sudah reliabel.

Tabel 4.10
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Persepsi Manfaat

Cronbach's Alpha	N of Item
,966	5

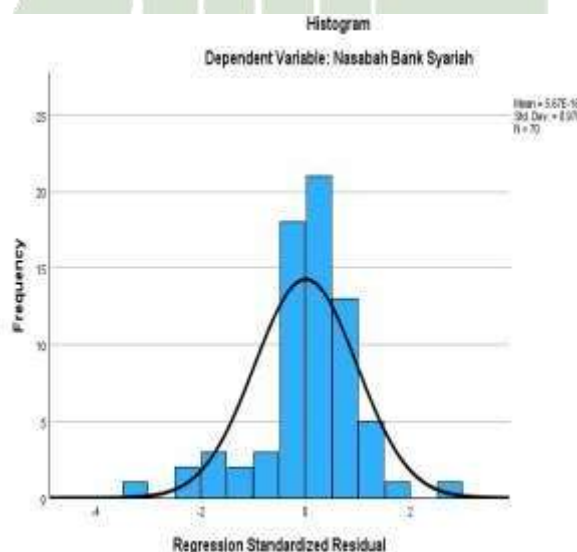
Sumber: Data Primer diolah, 2023

Nilai Cronbach Alpha dari instrumen variabel pengetahuan produk adalah sebesar 0,966. Nilai Cronbach Alpha dalam instrumen ini sudah lebih dari 0,60. Dengan demikian instrument penelitian ini untuk variabel trend dinyatakan sudah reliabel.

3. Uji Asumsi Klasik

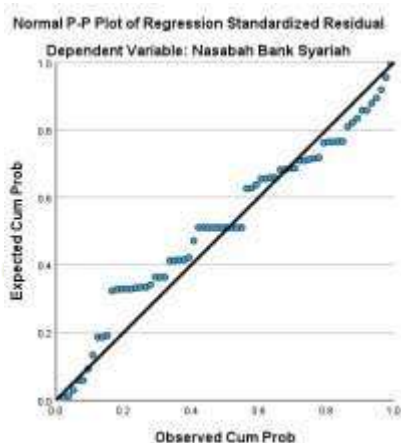
a. Uji Normalitas

Uji normalitas ini digunakan untuk menguji apakah model regresi dan variabel residual mempunyai distribusi yang normal. Dalam menentukan uji selanjutnya, nilai residual haruslah normal, karena jika nilai residual tersebut tidak normal, maka uji statistik akan menjadi tidak valid. Sebagai proses untuk melaksanakan uji normalitas, yaitu dengan menggunakan analisis grafik. Berikut uji normalitas data dengan menggunakan analisis grafik.



Gambar 4.2 Histogram Display Normal Curve

Grafik di atas menunjukkan bahwa distribusi penyebaran residual yang normal, karena grafik tersebut tidak menunjukkan arah yang condong ke kanan maupun ke kiri. Meskipun dalam grafik tersebut terdapat beberapa residual yang melenceng dari garis, akan tetapi jumlah tersebut dimaklumi karena hanya sedikit. Selain dari grafik di atas, uji normalitas data ini juga dapat dilihat dengan menggunakan grafik normal plot dibawah ini.



Gambar 4.3 Normal P-Plot

Dalam grafik normal plot di atas dapat diketahui bahwa data residual dalam penelitian ini normal. Hal tersebut terjadi karena apabila residual berasal dari distribusi yang normal, maka nilai sebaran terletak disekitar garis lurus. Pada gambar grafik diatas juga terlihat bahwa sebaran residual yang dilambangkan dengan titik atau lingkaran kecil tersebar disekeliling garis diagonal dan mengikuti arahnya. Sehingga, normalitas dalam penelitian ini terpenuhi.

Selain dengan menggunakan grafik, uji normalitas dalam penelitian ini juga menggunakan uji statistik Kolmogorov Smirnov, berikut hasil yang diperoleh dalam penelitian ini:

Tabel 4.11 Hasil Uji Kolmogorov Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		70
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.73032090
Most Extreme	Absolute	.112

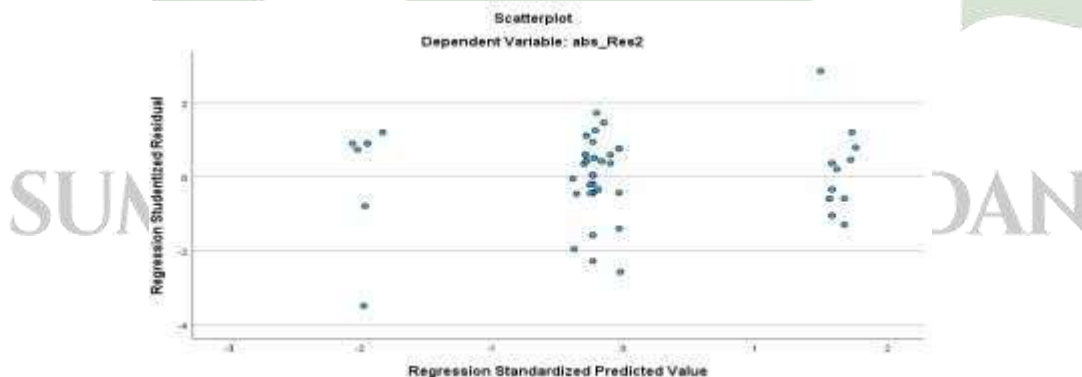
Differences	Positive		.078
	Negative		-.112
Test Statistic			.112
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c			.029
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.		.026
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.022
		Upper Bound	.030
a. Test distribution is Normal.			
b. Calculated from data.			
c. Lilliefors Significance Correction.			
d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.			

Sumber: Data Primer diolah, 2023

Hasil uji Kolmogrov Smirnov di atas menunjukkan nilainya sebesar 0,112 dan dengan nilai signifikansi sebesar 0,26. Hal tersebut berarti membuktikan bahwa data residual telah terdistribusi dengan normal, karena telah memenuhi syarat yaitu nilai signifikansi harus lebih dari 0,05. Oleh karena itu, hasil uji ini telah konsisten dengan uji sebelumnya.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah uji yang dilaksanakan untuk menguji apakah didalam model regresi dalam penelitian terjadi ketidaksamaan variance residual dari pengamatan yang satu kepengamatan yang lainnya tetap, maka disebut sebagai homoskedastisitas. Akan tetapi apabila dalam pengamatan yang satu kepengamatan yang lainnya berbeda, maka disebut sebagai Heteroskedastisitas. Penelitian yang baik adalah penelitian yang menggunakan model regresi yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Berikut ini hasil pelaksanaan uji heteroskedastisitas:



Gambar 4.4 Scatterplot

Gambar diatas merupakan gambar yang diperoleh dari hasil uji

heteroskedastisitas dengan menggunakan grafik scatterplot. Dari hasil grafik diatas terlihat titik-titik atau lingkaran kecil yang menyebar secara acak serta menyebar baik diatas maupun dibawah angka 0. Oleh karena itu, dengan hasil yang demikian dapat diambil kesimpulan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi dalam penelitian ini. Sehingga, model regresi dalam penelitian ini layak digunakan untuk memprediksi minat menjadi nasabah di Bank Syariah dengan menggunakan variabel independennya adalah pengetahuan produk, pengetahuan lokasi, dengan persepsi manfaat sebagai variabel intervening.

c. Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear secara signifikan atau tidak. Korelasi yang baik seharusnya terdapat hubungan yang linear antara variabel independent (X) dengan variabel dependent (Y). Dengan cara membandingkan:

- Jika nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka ada hubungan yang linear secara signifikan antara variabel independen dengan variabel depeden.
- Jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka tidak ada hubungan yang linear secara signifikan antara variabel independen dengan variabel depeden.

Tabel 4.12
Model I

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Nasabah Bank Syariah * Pengetahuan Produk	Between Groups	(Combined)	162.323	6	27.054	3.546	.004
		Linearity	94.181	1	94.181	12.344	<.001
		Deviation from Linearity	68.142	5	13.628	1.786	.129
	Within Groups		480.662	63	7.630		
	Total		642.986	69			

Sumber: Data Primer diolah, 2023

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwasanya $F_{hitung} < F_{tabel}$ yaitu, $1,786 < 2,36$. Maka ada hubungan yang linear secara signifikan antara variabel independen dengan variabel depeden.

Tabel 4.13
Model II

ANOVA Table							
			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Nasabah Bank	Between	(Combined)	329.474	9	36.608	7.006	<.001

Syariah * Persepsi Manfaat	Groups	Linearity	291.572	1	291.572	55.80	<,001
		Deviation from Linearity	37.902	8	4.738	.907	.517
	Within Groups		313.512	60	5.225		
	Total		642.986	69			

Sumber: Data Primer diolah, 2023

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwasanya $F_{hitung} < F_{tabel}$ yaitu, $0,907 < 2,10$. Maka ada hubungan yang linear secara signifikan antara variabel independen dengan variabel depeden.

Tabel 4.14

Model III

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Nasabah Bank Syariah * Lokasi	Between Groups	(Combined)	210.793	5	42.159	6.243	<,001
		Linearity	96.410	1	96.410	14.27	<,001
		Deviation from Linearity	114.383	4	28.596	4.235	.004
	Within Groups		432.193	64	6.753		
	Total		642.986	69			

Sumber: Data Primer diolah, 2023

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwasanya nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu, $4.235 > 2,52$. Maka tidak ada hubungan yang linear secara signifikan antara variabel independen dengan variabel depeden.

Tabel 4.15

Model IV

ANOVA Table

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Nasabah Bank	Between	(Combined)	329.474	9	36.608	7.006	<,001

Syariah * Persepsi Manfaat	Groups	Linearity	291.572	1	291.572	55.80	<.001
		Deviation from Linearity	37.902	8	4.738	.907	.517
	Within Groups		313.512	60	5.225		
	Total		642.986	69			

Sumber: Data Primer diolah, 2023

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwasanya $F_{hitung} < F_{tabel}$ yaitu, $0,907 < 2,10$. Maka ada hubungan yang linear secara signifikan antara variabel independen dengan variabel depeden.

d. Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas ini dilaksanakan dengan tujuan untuk mengujia apakah dalam model regresi tersebut ditemukan adanya korelasi antar variabel independen atau variabel bebas. Model regresi yang baik adalah model regresi yang tidak terjadi korelasi diantara variabel independennya. Sehingga, untuk mengetahui hal tersebut, berikut hasil uji multikolonieritas dalam penelitian ini:

Tabel 4.16
Uji Multikolonieritas

		Coefficients ^a						Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients					
	Model	B	Std. Error	Beta	T	Sig.	Tolerance	VIF	
1	(Constant)	2.103	2.800		.751	.455			
	Pengetahuan Produk	.491	.204	.219	2.410	.019	.903	1.108	
	Lokasi	.347	.249	.136	1.394	.168	.789	1.267	

a. Dependent Variable: Nasabah Bank Syariah

Sumber: Data Primer diolah, 2023

Berdasarkan dari hasil uji multikolonieritas yang dapat dilihat dari tabel di atas, dapat diketahui bahwa nilai tolerance yang diperoleh dari masing-masing variabel adalah $< 1,00$. Besar tolerance yang dimiliki oleh variabel tersebut adalah, variabel pengetahuan produk sebesar 0,903, variabel pengetahuan lokasi sebesar 0,789. Sehingga, nilai tersebut dapat memenuhi syarat bahwa agar tidak terjadi korelasi antar variabel independen, maka nilai tolerance dari masing-masing variabel harus $< 1,00$.

Selain itu, nilai Variance Inflation Factor (VIF) dalam penelitian ini adalah

sebesar 1,108 untuk pengetahuan produk, pengetahuan lokasi sebesar 1,394. Oleh karena itu, nilai tersebut juga telah memenuhi syarat lainnya dari uji multikolonieritas ini bahwa nilai dari VIF harus $> 0,1$. Sehingga, dapat diambil kesimpulan bahwa tidak terjadi gejala multikolonieritas antar variabel independen dalam penelitian ini.

4. Uji Regresion Analysis (MRA)

Tabel 4.17

Model I

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.671	3.180		2.098	.040
	Pengetahuan Produk	.832	.230	.372	3.610	<,001
	Pengetahuan Lokasi	.964	.264	.377	3.655	<,001

a. Dependent Variable: Minat menjadi nasabah

Sumber: Data Primer diolah, 2023

Dari tabel diatas diketahui:

- a. Nilai signifikansi pengetahuan produk sebesar 0,001 yaitu $< 0,05$ maka variabel pengetahuan produk berpengaruh signifikan terhadap variabel minat menjadi nasabah.
- b. Nilai signifikansi pengetahuan lokasi sebesar 0,001 yaitu $< 0,05$ maka variabel pengetahuan produk berpengaruh signifikan terhadap variabel minat menjadi nasabah.

Tabel 4.18

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.537 ^a	.288	.267	2.613

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

b. Dependent Variable: Minat menjadi nasabah

Sumber: Data Primer diolah, 2023

Diketahui nilai R Square sebesar 0,288, maka memiliki arti bahwa sumbangan pengaruh pengetahuan lokasi dan pengetahuan produk terhadap minat menjadi nasabah.

Tabel 4.19

Model II

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.972	19.531		.511	.611
	Pengetahuan Produk	1.562	1.484	.699	1.053	.296
	Pengetahuan Lokasi	-2.388	1.801	-.934	-1.326	.190
	Persepsi Manfaat	.325	1.258	.217	.258	.797
	X1Z	-.066	.094	-.754	-.704	.484
	X2Z	.169	.111	1.601	1.527	.132

a. Dependent Variable: Minat Menjadi Nasabah

Sumber: Data Primer diolah, 2023

Dari tabel diatas diketahui:

- Diketahui nilai signifikansi variabel interaksi antara pengetahuan produk dengan persepsi manfaat sebesar 0,484 ($>0,05$). Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel persepsi minat tidak mampu memoderasi pengaruh variabel pengetahuan produk terhadap variabel minat menjadi nasabah Bank Syariah.
- Diketahui nilai signifikansi variabel interaksi antara pengetahuan lokasi dengan persepsi manfaat sebesar 0,132 ($>0,05$). Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel persepsi minat tidak mampu memoderasi pengaruh variabel pengetahuan lokasi terhadap variabel minat menjadi nasabah Bank Syariah

Tabel 4.20

Model Summary				
Mode	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1				

1	.725 ^a	.526	.489	2.182
a. Predictors: (Constant), X2Z, Pengetahuan Produk, Persepsi Manfaat, Pengetahuan Lokasi, X1Z				

Sumber: Data Primer diolah, 2023

Diketahui nilai R Square sebesar 0,526, maka memiliki arti bahwa sumbangan pengaruh variabel pengetahuan produk (X1) dan pengetahuan lokasi (X2) terhadap variabel minat menjadi nasabah Bank Syariah (Y) setelah adanya variabel moderasi persepsi manfaat sebesar 52,6%.

5. Uji Hipotesis

Setelah dilakukan uji asumsi klasik, selanjutnya pengujian yang dilakukan adalah pengujian hipotesis penelitian yang meliputi, koefisien determinasi, uji parsial (t) dan uji simultan (F) dan hasil dari pengujian tersebut digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel independen dengan variabel dependen.

a. Uji F

Uji F simultan digunakan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen/ bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen/ terikat. Uji F dilakukan dengan membandingkan antara F_{hitung} dengan F_{tabel} . Hasil dari uji F ini dapat dilihat dalam tabel berikut ini:

Tabel 4.21

Model I

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	79.185	2	39.592	12.841	<,001 ^b
	Residual	206.587	67	3.083		
	Total	285.771	69			
a. Dependent Variable: Persepsi Manfaat						
b. Predictors: (Constant), Pengetahuan Lokasi, Pengetahuan Produk						

Sumber: Data Primer diolah, 2023

Tabel Uji Anova untuk regresi ganda (X_1 , X_2) secara bersama-sama terhadap Z menunjukkan hasil signifikan 0,001, dimana hasil tersebut dibawah batas signifikansi 0,05. Model regresi yang didapat ini dapat membandingkan pengaruh variabel pengetahuan produk (X_1), pengetahuan lokasin (X_2), terhadap variabel intervening

variabel persepsi manfaat (Z). Berdasarkan tabel di atas, hasil pengujian uji F terlihat nilai uji F_{hitung} sebesar 12.841, sehingga nilai F_{tabel} 3,13. Maka $F_{hitung} > F_{tabel}$ sehingga dikatakan variabel akan berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen. Sehingga dapat diambil kesimpulan $12.841 > 3,13$ maka pengetahuan produk dan pengetahuan lokasi secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap persepsi manfaat.

Tabel 4.22

Model II

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	325.493	3	108.498	22.554	<,001 ^b
	Residual	317.493	66	4.810		
	Total	642.986	69			
a. Dependent Variable: Minat Menjadi Nasabah						
b. Predictors: (Constant), Persepsi Manfaat, Pengetahuan Produk, Pengetahuan Lokasi						

Sumber: Data Primer diolah, 2023

Tabel Uji Anova untuk regresi ganda (X_1 , X_2 , Z) secara bersama-sama terhadap Y menunjukkan hasil signifikan 0,001, dimana hasil tersebut dibawah batas signifikansi 0,05. Model regresi yang didapat ini dapat membandingkan pengaruh variabel pengetahuan produk (X_1), pengetahuan lokasi (X_2) dan persepsi manfaat (Z) terhadap variabel terikat yakni variabel minat menjadi nasabah (Y). Berdasarkan tabel di atas, hasil pengujian uji F terlihat nilai uji F_{hitung} sebesar 108,498, sehingga nilai F_{tabel} 2,74. Maka $F_{hitung} > F_{tabel}$ sehingga dikatakan variabel akan berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen. Sehingga dapat diambil kesimpulan $108,498 > 2,74$ maka pengetahuan produk, pengetahuan lokasi, dan persepsi manfaat secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap minat menjadi nasabah.

b. Uji T

Uji T merupakan uji statistik yang digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Hasil dari uji t ini dapat dilihat melalui tabel dibawah ini.

Tabel 4.23

Hasil Uji Hubungan Langsung Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian	Path Coefficients	P-Value	Keterangan
X1 => Y	0,372	0,001 < 0,05	Diterima
X2 => Y	0,377	0,001 < 0,05	Diterima
X1 => Z	0,071	0,461 > 0,05	Ditolak
X2 => Z	0,229	0,19 < 0,05	Diterima
Y => Z	0,558	0,001 < 0,05	Diterima

Tabel 4.24

Model I

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.671	3.180		2.098	.040
	Pengetahuan Produk	.832	.230	.372	3.610	<,001
	Pengetahuan Lokasi	.964	.264	.377	3.655	<,001

a. Dependent Variable: Minat Menjadi Nasabah

Sumber: Data Primer diolah, 2023

Berdasarkan hasil tabel diatas, pada bagian tabel “coefficients” dapat diketahui bahwa nilai signifikansi dari kedua variabel yaitu X1 = 0,001 dan X2 = 0,001 lebih kecil dari 0,05. Hasil ini memberikan kesimpulan bahwa regresi model I yakni variabel X1 dan X2 berpengaruh signifikan terhadap Y.

Tabel 4.25**Model II**

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.067	1.851		1.657	.102
	Pengetahuan Produk	.105	.142	.071	.742	.461
	Pengetahuan Lokasi	.390	.163	.229	2.397	.019
	Minat Menjadi Nasabah	.372	.069	.558	5.396	<.001

a. Dependent Variable: Persepsi Manfaat

Sumber: Data Primer diolah, 2023

Berdasarkan pada output Regresi Model II pada bagian tabel “Coefficients” dapat diketahui bahwa nilai signifikansi dari ketiga variabel yaitu $X_1 = 0,461$ dan $X_2 = 0,019$ dan $Y = 0,001$ lebih kecil dari 0,05. Hasil ini memberi kesimpulan bahwa Regresi Model II yakni variabel X_1 tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Z , sedangkan X_2 dan Y berpengaruh signifikan terhadap Z .

6. Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R Square)

Koefisien determinasi dilakukan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan dari model regresi dalam menerangkan variasi variabel dependen. Selanjutnya koefisien determinasi merupakan besaran yang menunjukkan besarnya variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel-variabel independennya. Nilai R^2 semakin mendekati 1, berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen. Koefisien determinasi yang digunakan adalah nilai Adjuster R square karena lebih dapat dipercaya dalam mengevaluasi model regresi. Hasil uji koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.26**Model I**

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.537 ^a	.288	.267	2.613
a. Predictors: (Constant), Pengetahuan Lokasi, Pengetahuan Produk				

Sumber: Data Primer diolah, 2023

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa besarnya nilai R Square yang terdapat pada Model Summary adalah sebesar 0,288, hal ini menunjukkan bahwa sumbangan pengaruh X1 dan X2 terhadap Y adalah sebesar 28,8% sementara sisanya 71,2% merupakan kontribusi dari variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian.

Tabel 4.27
Model II

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.706 ^a	.498	.476	1.474
a. Predictors: (Constant), Minat Menjadi Nasabah, Pengetahuan Produk, Pengetahuan Lokasi				

Sumber: Data Primer diolah, 2023

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa besarnya nilai R Square yang terdapat pada Model Summary adalah sebesar 0,498, hal ini menunjukkan bahwa sumbangan pengaruh X1, X2 dan Y terhadap Z adalah sebesar 49,8% sementara sisanya 50,2% merupakan kontribusi dari variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian.

7. Pembahasan

Berdasarkan hasil pengujian secara statistic mengenai pengaruh pengetahuan produk (X_1), pengetahuan lokasi (X_2), terhadap minat menjadi nasabah Bank Syariah (Y) dengan persepsi manfaat (Z) sebagai variabel intervening, maka peneliti telah melaksanakan penelitian tersebut melalui 70 responden. Penelitian tersebut dilaksanakan peneliti untuk menjawab permasalahan dengan judul “Analisis Pengaruh Pengetahuan Produk dan Lokasi Terhadap Minat Menjadi Nasabah di Bank Syariah Dengan Persepsi Manfaat Sebagai Variabel Moderating”. Berdasarkan data yang telah diolah oleh peneliti menggunakan bantuan program SPSS versi 23, maka hasil yang diperoleh adalah sebagai berikut:

1. Analisis pengaruh pengetahuan produk (X_1) terhadap minat menjadi nasabah di Bank Syariah (Y)

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, diperoleh bahwa variabel pengetahuan produk (X1) nilai t_{hitung} sebesar 3,610 dan nilai t_{tabel} adalah sebesar 2,000 dengan nilai signifikansinya sebesar $0,001 < 0,05$. Oleh karena itu, sehingga dapat disimpulkan bahwa secara langsung terdapat pengaruh signifikan X1 terhadap Y.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh M. Anang Firmansyah (2018) membuktikan bahwa pengetahuan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menjadi nasabah di Bank Syariah. Hal tersebut bisa dilihat dari pemahaman nasabah mengenai pengetahuan karakteristik produk bank syariah, manfaat produk bank syariah serta kepuasan produk bank syariah.

2. Analisis pengaruh lokasi (X2) terhadap minat menjadi nasabah di Bank Syariah (Y)

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, diperoleh bahwa variabel pengetahuan lokasi (X2) nilai t_{hitung} sebesar 3,655 dan nilai t_{tabel} adalah sebesar 2,000 dengan nilai signifikansinya sebesar $0,001 < 0,05$. Oleh karena itu, sehingga dapat disimpulkan bahwa secara langsung terdapat pengaruh signifikan X2 terhadap Y.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rambat lupiyadi, Fandy Tjiptono (2013). Dalam penelitiannya lokasi mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan masyarakat untuk menabung, Ini menunjukkan bahwa dengan adanya lokasi atau aksesibilitas yang strategis akan meningkatkan peluang seseorang untuk menjadi nasabah di bank syariah. Lokasi bank syariah mempengaruhi keputusan masyarakat menjadi nasabah hal ini karena bank syariah aksesnya mudah yaitu terletak di pinggir jalan raya dan dekat dengan pemukiman sehingga nasabah yang ingin menabung jaraknya dekat dan mudah ditempuh.

3. Analisis pengaruh pengetahuan produk (X1) terhadap minat menjadi nasabah persepsi manfaat memoderasi di Bank Syariah (Z)

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, diperoleh bahwa variabel pengetahuan produk (X1) nilai t_{hitung} sebesar 0,742 dan nilai t_{tabel} adalah sebesar 2,000 dengan nilai signifikansinya sebesar $0,461 > 0,05$. Oleh karena itu, sehingga dapat disimpulkan bahwa secara langsung tidak terdapat pengaruh signifikan X1 terhadap Z.

Hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Maria Fitriah (2018) dimana dia membuktikan bahwa pengetahuan produk berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah persepsi manfaat memoderasi di bank syariah terkait akan hal itu nasabah dalam pengetahuan maupun lokasi akan memiliki perhatian, ketertarikan, serta keputusan memilih menabung di bank syariah. Sedangkan dalam penelitian saya bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan X1 terhadap Z.

4. Analisis pengaruh lokasi (X2) terhadap minat menjadi nasabah persepsi manfaat memoderasi di Bank Syariah (Z)

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, diperoleh bahwa variabel pengetahuan lokasi (X2) nilai t_{hitung} sebesar 2,397 dan nilai t_{tabel} adalah sebesar 2,000 dengan nilai signifikansinya sebesar $0,019 < 0,05$. Oleh karena itu, sehingga dapat disimpulkan bahwa secara langsung terdapat pengaruh signifikan X2 terhadap Z.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Venkatesh dan Davis (2000) membuktikan bahwa persepsi manfaat memoderasi pengetahuan produk dan lokasi di bank syariah karena manfaat dari menabung di bank syariah lebih efektivitas, akses yang lebih cepat, berguna serta menguntungkan bagi nasabah.

5. Apakah persepsi manfaat memoderasi pengetahuan produk dan lokasi di Bank Syariah?

Berdasarkan hasil Uji Regresi Analysis (MRA) dapat disimpulkan, nilai signifikansi variabel interaksi antara pengetahuan produk dengan persepsi manfaat sebesar 0,484 ($>0,05$). Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel persepsi minat tidak mampu memoderasi pengaruh variabel pengetahuan produk terhadap variabel minat menjadi nasabah Bank Syariah. Dan nilai signifikansi variabel interaksi antara pengetahuan lokasi dengan persepsi manfaat sebesar 0,132 ($>0,05$). Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel persepsi minat tidak mampu memoderasi pengaruh variabel pengetahuan lokasi terhadap variabel minat menjadi nasabah Bank Syariah.

Dari pembahasan tersebut dapat kita ketahui bahwasanya persepsi manfaat itu tidak memoderasi pengetahuan produk maupun pengetahuan lokasi yang diketahui oleh nasabah yang ingin menabung di Bank Syariah. Dan pengetahuan produk maupun pengetahuan lokasi nasabah yang ingin menabung di Bank Syariah dipengaruhi oleh minat para nasabah yang ingin menabung di Bank Syariah.