

**PENGARUH RELIGIUSITAS, PENGETAHUAN, LOKASI, INFORMASI,
DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT KARYAWAN
DALAM MEMILIH PRODUK PERBANKAN SYARIAH
(Studi Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa Provinsi Bengkulu)**



SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
Gelara Sarjana Ekonomi Syariah (S.E)**

OLEH :

**ANDEA VERONICA MUSLIM
NIM.1611140012**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BENGKULU
BENGKULU, 2020 M /1441 H**



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BENGKULU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Raden Fatah Pagar Dewa Telp. (0736) 51276, 51171 Fax. (0736) 51771 Bengkulu

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul : “Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan, Lokasi, Informasi, dan Kualitas Produk terhadap Minat Karyawan dalam memilih Produk Perbankan Syariah (Studi Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa Provinsi Bengkulu)”. oleh Andea Veronica Muslim, NIM.1611140012, Program Studi Perbankan Syariah Jurusan Ekonomi Islam, telah diuji dan dipertahankan di depan Tim Sidang *Munaqasyah* Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu pada:

Hari : Kamis

Tanggal : 27 Februari 2020M / 03 Rajab 1441H

Dinyatakan **LULUS**. Telah diperbaiki, dapat diterima, dan disahkan sebagai syarat guna memperoleh gelar sarjana dalam bidang Perbankan Syariah, dan diberi gelar Sarjana Ekonomi (SE).

Bengkulu, 02 Maret 2020 M
07 Rajab 1441H

Ketua

Dr. Nurul Hak, M.A
NIP. 196606161995031002

Tim Sidang Munaqasyah

Sekretaris

Andi Harpepen, M.Kom
NIDN. 2014128401

Penguji I

Dr. Asnaini, M.A
NIP. 197304121998032003

Penguji II

Nonie Afrianty, ME
NIP.199304242018012002

Mengetahui

Dekan

Dr. Asnaini, M.A
NIP. 197304121998032003



**KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BENGKULU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Raden Fatah Pagar Dewa Telp. (0736) 51276, 51171 Fax. (0736) 51771 Bengkulu

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang ditulis oleh **Andea Veronica Muslim, NIM 1611140012** dengan judul : **“Pengaruh religiusitas, pengetahuan, lokasi, informasi, dan kualitas produk terhadap minat karyawan dalam memilih produk perbankan syariah (Studi Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa Provinsi Bengkulu)”**. Program studi Perbankan Syariah Jurusan Ekonomi Islam telah diperiksa dan diperbaiki sesuai dengan saran pembimbing I dan Pembimbing II. Oleh karena itu, skripsi ini disetujui dan layak untuk diujikan dalam sidang munaqasyah skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.

Bengkulu, 17 Februari 2020 M
23 Jumadil akhir 1441 H

Pembimbing I

Dr. Nurul Hak, M.A
NIP. 196606161995031002

Pembimbing II

Andi Harpepen, M.Kom
NIDN. 2014128401

SURAT PERNYATAAN

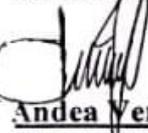
Dengan ini saya menyatakan :

1. Skripsi dengan judul **“Pengaruh religiusitas, pengetahuan, lokasi, informasi, dan kualitas produk terhadap minat karyawan dalam memilih produk perbankan syariah (Studi Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa Provinsi Bengkulu)”**, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di IAIN Bengkulu maupun di Penguruan Tinggi lainnya.
2. Skripsi ini murni gagasan, pemikiran, dan rumusan saya sendiri tanpa bantuan yang tidak sah dari pihak lain kecuali arahan dari tim pembimbing.
3. Di dalam skripsi ini tidak terdapat hasil karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasi orang lain, kecuali kutipan secara tertulis dengan jelas dan di cantumkan didalam naskah saya dengan disebutkan nama pengarangnya dan dicantumkan pada daftar pustaka
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar sarjana, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan berlaku.

Bengkulu, _____ Februari 2020 M
Jumadil akhir 1441 H

Mahasiswa yang menyatakan





Andea Veronica Muslim
NIM.1611140012

MOTTO

Orang yang optimis melihat mawar, bukan duriinya.

*Orang-orang yang pesimis terpaku pada duri dan
melupakan mawarnya !!*

(Kahlil Gibran)

Barang siapa mempermudah kesulitan orang lain,

maka Allah akan mempermudah urusannya di

dunia

maupun di akhirat.

(HR. Muslim)

Jangan ceritakan masalahmu kepada orang lain, 1%

peduli

dan 99% hanya ingin tau

(Andea Veronica Muslim)

PERSEMBAHAN

Ya Allah hanya kepada-mu lah hamba menyembah dan memohon pertolongan, begitu panjang perjalanan yang aku lewati dengan hari-hari yang penuh dengan naungan limpahan Rahmat-Mu.

Alhamdulillahirobbil'amin, sujud syukur pada-Mu Ya Allah, akhirnya ku genggam jua harapan ini. Akan kupersembahkan sebetuk karya kecil ini untuk:

- ❖ *Yang Maha Kasih Allah SWT yang tak pernah sedetikpun meninggalkan hamba-Nya, memberikan nikmat yang terindah dan tak ternilai ku karena mengenal-Mu dan Rasul-Nya Muhammad SAW*
- ❖ *Kedua orang tua tercinta dan terkasih ayahanda Haji his Muslim, S.Sos dan ibunda Aleha Marlina Yang selalu mendoakanku dan memberi semangat untukku sehingga mengantarkanku menuju gerbang kesuksesan masa mendatang. Terimakasih Ayahanda dan Ibunda atas semua yang telah diberikan kepadaku. Semoga Allah senantiasa mencurahkan kebahagiaan untuk Ayahanda dan Ibunda. Amiin Allahumma Amiin.*
- ❖ *Untuk Ayukku Monica Wulandari, SKM dan Adek-Adek ku tercinta Rahmat Risky Kurniawan, dan Muhammad Dimas Saputra yang telah menjadi penyemangat dan motivasi untuk menyelesaikan skripsi ini. Semoga saya*

bisa memberikan contoh yang terbaik untuk kalian. *Amiin Allahhumma Amiin.*

- ❖ *Untuk Dosen pembimbing ku Bapak Dr. Nurul Hak, M.A dan Bapak Andi Harpepen, M.Kom yang telah membimbingku selama ini, semoga kebaikan-kebaikan selalu menyertai kalian. Aamiin Allahumma Aamiin.*
- ❖ *Untuk sahabat-sahabatku Nadia Rahmadiana, Satriea Eka Saputra, M.Rofiq Akbar, Jefvi Juliarsyih dan teman-teman Almunie MAN 2 terimakasih atas bantuan, dan dukungan kalian selama ini. Semoga Allah membalas kebaikan kalian. Amiin Allahhumma Amiin.*
- ❖ *Untuk teman-teman seperjuangan seluruh Mahasiswa PBS angkatan 2016, khususnya PBS A terimakasih atas bantuan, doa, dan dukungan kalian selama ini. Semoga Allah membalas kebaikan kalian. Amiin Allahhumma Amiin.*
- ❖ *Untuk sahabat sepejuangan Rental Latansa Dicky Aprilianto, Sugianto, Metta Eha Agusti, Wika Damayanti serta Kak Jek yang telah memberikan ilmu selama bekerja disana. Semoga Allah membalas kebaikan kalian. Aamiin Allahhumma Aamiin.*
- ❖ *Untuk kelompok 21 kkn serang bulan dan seluruh warga serang bulan kecamatan pino raya yang telah memberikan bantuan, doa, dan dukungan kalian selama ini. Semoga Allah membalas kebaikan kalian. Amiin Allahhumma Amiin.*

- ❖ *Untuk semua pihak dan orang-orang yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan studi dan skripsi ini, saya ucapkan terimakasih.*
- ❖ *Untuk Almamaterku Institut Agama Islam Negeri Bengkulu yang telah memberikanku banyak pelajaran sehingga menjadikanku pribadi yang lebih baik.*

ABSTRAK

Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan, Lokasi, Informasi, dan Kualitas Produk terhadap Minat Karyawan dalam memilih produk Perbankan syariah

(Studi Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa Provinsi Bengkulu)
oleh Andea Veronica Muslim NIM. 1611140012

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan, Lokasi, Informasi, dan Kualitas Produk terhadap Minat Karyawan dalam memilih produk Perbankan syariah (Studi Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa Provinsi Bengkulu). Jenis dan pendekatan penelitian ini yaitu kuantitatif asosiatif teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dan uji hipotesis uji t, dan uji F. Dari hasil penelitian secara parsial religiusitas berpengaruh terhadap minat karyawan dengan nilai probabilitas (Sig) $0,004 < 0,05$, pengetahuan tidak berpengaruh terhadap minat karyawan dengan nilai probabilitas (Sig) $0,475 < 0,05$, lokasi tidak berpengaruh terhadap minat karyawan dengan nilai probabilitas (Sig) $0,882 < 0,05$, informasi tidak berpengaruh terhadap minat karyawan dengan nilai probabilitas (Sig) $0,116 < 0,05$, kualitas produk berpengaruh terhadap minat karyawan dengan nilai probabilitas (Sig) $0,001 < 0,05$. Dan faktor yang paling dominan terhadap minat karyawan adalah kualitas produk, dimana nilai signifikan uji t pada variabel kualitas produk yaitu 0,001 dan memiliki nilai beta terbesar yaitu 0,426.

Kata kunci: religiusitas, pengetahuan, lokasi, informasi, dan kualitas produk

ABSTRACT

The Effect of Religiosity, Knowledge, Location, Information, and Product Quality on Employees' Interest in choosing Islamic Banking products (Study of Bengkulu Province Community and Village Empowerment Service)

by Andea Veronica Muslim NIM. 1611140012

This study aims to determine the Effect of Religiosity, Knowledge, Location, Information, and Product Quality on Employee Interest in choosing Islamic Banking products (Study of Community Empowerment and Village Bengkulu Province). The type and approach of this research are associative quantitative data analysis techniques used are multiple linear regression analysis and test t test hypothesis, and F test. From the research results partially religiosity affects the interest of employees with a probability value (Sig) 0.004 <0.05, knowledge does not affect the interests of employees with a probability value (Sig) 0.475 <0.05, the location does not affect the interests of employees with a probability value (Sig) 0.882 <0.05, information does not affect the interests of employees with a probability value (Sig) 0.116 <0.05, product quality affects the interests of employees with a probability value (Sig) 0.001 <0, 05. And the most dominant factor towards employee interest is product quality, where the significant value of the t test on product quality variables is 0.001 and has the largest beta value of 0.426.

Keywords: religiosity, knowledge, location, information, and product quality

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji dan syukur kita panjatkan kehadirat Allah SWT karena atas limpahan rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan, Lokasi, Informasi, dan Kualitas produk terhadap minat karyawan dalam memilih produk perbankan syariah di Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa (DPMD)” Shalawat dan salam semoga tetap senantiasa dilimpahkan kepada junjungan dan uswatun hasanah kita Nabi Muhammad SAW.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak lepas dari adanya bimbingan, motivasi dan bantuan berbagai pihak, untuk itu penulis menghaturkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Sirajuddin. M., M. Ag., MH selaku Rektor IAIN Bengkulu
2. Dr. Asnaini selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
3. Desi Asnaini, MA selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam
4. Yosy Arisandy, MM selaku Ketua Prodi Perbankan Syariah
5. Dr. Nurul Hak, MA selaku pembimbing I yang telah banyak memberikan bantuan dan arahan dalam penulisan skripsi ini
6. Andi Harpepen, M.Kom selaku pembimbing II yang telah banyak memberikan bantuan dan arahan dalam penulisan skripsi ini.
7. Kedua orang tuaku yang selalu memdoakan kesuksesan. Amiin
8. Bapak dan Ibu Dosen, Staf dan Karyawan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu yang telah mengajar dan membimbing selama ini.

9. Semua pihak yang telah membantu penulis yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Penulis juga menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan, oleh karena itu kritik dan saran sangat penulis harapkan. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi para pembaca pada umumnya.

Bengkulu,



Andea Veronica Muslim

NIM. 1611140012

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	
HALAMAN PENGESAHAN	
HALAMAN MOTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
HALAMAN PERNYATAAN	viii
ABSTRAK.....	ix
ABSTRACT	x
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Batasan Masalah.....	3
C. Rumusan Masalah	4
D. Tujuan penelitian.....	4
E. Kegunaan penelitian	5
F. Penelitian terdahulu	6
BAB II KAJIAN TEORI DAN KERANGKA BERPIKIR	
A. Kajian Teori.....	12
1. Minat	12
1.1 Pengertian Minat	12
1.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi minat	14
1.3. Indikator Minat.....	15
2. Religiusitas	15
2.1 Pengertian Religiustitas.....	15
2.2 Faktor-faktor mempengaruhi Relegiustitas.....	18
2.3 Indikator Religiustitas	20
3. Pengetahuan	20
3.1 Pengertian Pengetahuan	20
3.2 Indikator Pengetahuan.....	23
4. Lokasi	24
4.1 Pengertian Lokasi.....	24
4.2 Indikator Lokasi	25
5. Informasi	26

6.	Kualitas Produk	27
6.1	Pengertian Kualitas Produk	27
6.2	Faktor-faktor kualitas produk	28
6.3	Indikator Kualitas Produk	29
B.	Kerangka berfikir	30
C.	Hipotesis Penelitian	32
BAB III METODE PENELITIAN		
A.	Jenis dan Pendekatan Penelitian	34
B.	Waktu dan Lokasi Penelitian	34
C.	Populasi dan Sampel	34
D.	Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	35
E.	Variabel dan Definisi Operasional	36
F.	Instrumen Penelitian	37
G.	Teknik Analisis Data	37
1.	Pengujian Kualitas Data	37
a)	Validitas dan Reliabilitas	37
b)	Normalitas	38
c)	Homogenitas	39
d)	Asumsi Klasik Multikolinieritas, autokorelasi, dan Heteoskedastisitas	39
2.	Pengujian Hipotesis	41
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
A.	Gambaran Umum Objek Penelitian	45
1.	Sejarah Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa (DPMD) Provinsi Bengkulu	46
2.	Visi dan Misi Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa (DPMD) Provinsi Bengkulu	
3.	Struktur organisasi Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa (DPMD) Provinsi Bengkulu	47
B.	Hasil Penelitian	48
1.	Pengujian kualitas data	48
a.	Uji Validitas dan Reliabilitas	48
1)	Uji Validitas	48
2)	Uji Reliabilitas	53
b.	Uji Normalitas	54
c.	Uji Homogenitas	55
d.	Asumsi klasik Multikolinearitas, Autokolerasi, dan Heterokedastisitas	55
1)	Uji Multikolinearitas	55
2)	Uji Autokorelasi	56

3) Uji Heterokedastisitas	58
2. Pengujian Hipotesis	59
a. Uji Regresi Linier Berganda	59
b. Uji Hipotesis	60
1. Uji Parsial (Uji-t)	61
2. Uji Simultan (Uji F).....	63
C. Pembahasan	63
BAB V PENUTUP	
A. Simpulan.....	67
B. Saran.....	68
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Alternatif jawaban kuesioner	36
Tabel 3.2 pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi	40
Tabel 4.1 Alternatif jawaban kuesioner	48
Tabel 4.2 Critical Values Of Correlation Coefficient (r tabel) ...	49
Tabel 4.3 Uji Validitas Variabel Religiusitas.....	49
Tabel 4.4 Uji Validitas Variabel Pengetahuan	50
Tabel 4.5 Uji Validitas Variabel Lokasi.....	50
Tabel 4.6 Uji Validitas Variabel Informasi.....	51
Tabel 4.7 Uji Validitas Variabel Kualitas Produk.....	52
Tabel 4.8 Uji Validitas Variabel Minat karyawan	52
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas	53
Tabel 4.10 Uji normalitas.....	54
Tabel 4.11 Uji Homogenitas	55
Tabel 4.12 Uji Multikolinearitas	56
Tabel 4.13 Uji Autokorelasi	57
Tabel 4.14 Pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi ..	57
Tabel 4.15 Uji Regresi Linier Berganda	59
Tabel 4.16 Uji t.....	61
Tabel 4.17 Uji F	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Struktur organisasi DPMD	47
Gambar 4.2 Uji Heterokedastisitas.....	58

DAFTAR LAMPIRAN

1. Lembar ACC Judul
2. Bukti Menghadiri Seminar
3. Daftar Hadir Seminar
4. Halaman Pengesahan Penunjukkan Tim Pembimbing
5. Surat Penunjukkan Pembimbing
6. Halaman Pengesahan Penelitian
9. Surat Permohonan Izin Penelitian
10. Surat Izin Penelitian
11. Surat Keterangan Penelitian
12. Kuesioner
13. Kartu Bimbingan Skripsi, Pembimbing I dan Pembimbing II
14. Surat Pernyataan Plagiasi
15. Data Mentah
16. Hasil Output
17. Dokumentasi

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Menurut data Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada tahun 2018 sampai tahun 2019 nasabah perbankan syariah mengalami peningkatan sekitar 6,01% dari tahun sebelumnya.¹ Masyarakat dapat memiliki minat atau tidak sama sekali di Bank Syariah dapat dipengaruhi oleh sikap masyarakat terhadap karakteristik perbankan itu sendiri. Sikap diperoleh melalui pengalaman dan proses belajar. Dengan adanya pengalaman dan proses belajar tersebut, maka seseorang bertindak berdasarkan perasaannya. Sebuah pengalaman dan proses seseorang sangatlah beragam dan dalam kaitannya dengan bank syariah, masyarakat pun mempunyai sikap yang berbeda-beda. Misalnya saja dalam konteks keharaman bunga bank yang secara jelas dihindari oleh bank syariah, masyarakat cenderung mengabaikan keharaman dari bunga bank itu sendiri dapat dikarenakan proses pembelajarannya selama ini mengenai bunga bank dan riba.²

Faktor karakteristik dalam memilih KPR syariah, religiusitas, dan pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah memilih KPR syariah.³ Teori yang mendukung penelitian ini yaitu Pengetahuan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah dalam

¹ <https://www.ojk.go.id>, pada hari jumat, tanggal 28 Februari 2020, Pukul 10.23

² Vita Widyan Priaji, "*Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Intensi Menabung di Bank Syariah*", Jakarta: Skripsi Sarjana Fakultas Psikologi, 2011.

³ Wahyu Utami, Marijati Sangen, M. Yudy, "*Analisis Pengaruh Religiusitas, Kelompok Referensi Dan Motivasi Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah (Studi Pada Nasabah Bank Syariah Di Kota Banjarmasin)*", Salatiga: Skripsi Sarjana Fakultas Ekonomi, 2015.

memilih bank. Sehingga hipotesis pertama yang mengatakan bahwa diduga pengetahuan konsumen (pengetahuan produk, pengetahuan pembelian dan pengetahuan pemakaian) mempunyai pengaruh yang positif terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah maupun bank konvensional dapat diterima. Disamping itu lokasi juga menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi nasabah dikarenakan oleh kedekatan antara rumah nasabah dengan lokasi bank dan lokasi yang mudah dijangkau oleh kendaraan serta kondisi gedung dengan adanya pengaturan ruang, pemeliharaan gedung sehingga membuat nasabah menjadi nyaman.⁴

Informasi juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi menabung di bank syariah pada kalangan santri mahasiswa PP. Wahid Hasyim, Sleman.⁵ Faktor lain yang mempengaruhi minat dalam menggunakan produk Bank Syariah adalah Kualitas produk. Kualitas produk adalah keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk atau layanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Apabila kualitas suatu produk tersebut baik dan layak maka masyarakat akan lebih puas dan senang jika memilih produk yang ada.⁶

Menurut bapak Ardiles Nur, S.T.P., M.Si selaku sekretaris Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa (DPMD) mengatakan bahwa Dinas

⁴ Eka Novitasari, "*Pengaruh Lokasi, Produk, Reputasi, dan Pelayanan terhadap Keputusan Mahasiswa Iain Surakarta Menggunakan Bank Syariah*", Surakarta: Skripsi Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, 2017.

⁵ Uni Yanti, "*Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Nasabah Menabung di Bank Syariah*" Makasar: Skripsi Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, 2018

⁶ Philip Kotler, dkk, *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia*, (Yogyakarta: ANDI, 2000),h.70.

Pemberdayaan Masyarakat dan Desa (DPMD) memiliki 86 karyawan yang berstatus Pegawai Negeri Sipil (PNS), dimana semua karyawannya beragama Islam. Dari 86 karyawan diperkirakan lebih dari 90% karyawannya menggunakan produk Bank Konvensional, disini terlihat kurangnya minat karyawan menggunakan produk Bank Syariah. Menurutny masih banyak karyawan yang beranggapan bahwa bank konvensional dengan Bank Syariah itu sama, disamping itu jumlah unit bank syariah yang belum tersebar seperti Bank Konvensional, dan mereka juga belum mengetahui produk-produk apa saja yang ada di Bank Syariah, serta kelebihan produk Bank Syariah⁷

Berdasarkan uraian tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dalam bentuk skripsi dengan judul **“Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan, Lokasi, Informasi, dan Kualitas Produk Terhadap Karyawan dalam Memilih Produk Perbankan syariah (*Studi Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa (DPMD) Kota Bengkulu*)”**..

B. Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini bertujuan untuk membatasi masalah pada pokok permasalahan penelitian saja, sehingga masalah-masalah dalam penelitian ini dapat dipahami dan dimengerti dengan mudah dan baik. Ruang lingkup dalam penelitian ini hanya dibatasi Pengaruh Relegiusitas, Pengetahuan, Lokasi, Informasi, dan Kualitas Produk terhadap minat karyawan dalam memilih Produk Perbankan

⁷ Wawancara dengan Ardiles Nur, hari selasa tanggal 18 April 2019 di Kantor Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa (DPMD) Provinsi Bengkulu.

Syariah di Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa (DPMD) Provinsi Bengkulu.

C. Rumusan Masalah

Dengan demikian permasalahan dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah terdapat Pengaruh Relegiusitas terhadap minat karyawan dalam memilih Produk Perbankan Syariah?
2. Apakah terdapat Pengaruh Pengetahuan terhadap minat karyawan dalam memilih Produk Perbankan Syariah?
3. Apakah terdapat Pengaruh Lokasi terhadap minat karyawan dalam memilih Produk Perbankan Syariah ?
4. Apakah terdapat Pengaruh Informasi terhadap minat karyawan dalam memilih Produk Perbankan Syariah ?
5. Apakah terdapat Pengaruh Kualitas Produk terhadap minat karyawan dalam memilih Produk Perbankan Syariah?
6. Faktor manakah yang paling dominan mempengaruhi minat Karyawan DPMD dalam memilih produk perbankan syariah?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan penelitian ini adalah:

1. Mengetahui pengaruh relegiusitas terhadap minat karyawan dalam memilih produk perbankan syariah
2. Mengetahui pengaruh pengetahuan terhadap minat karyawan dalam memilih produk perbankan syariah

3. Mengetahui pengaruh lokasi terhadap minat karyawan dalam memilih produk perbankan syariah
4. Mengetahui pengaruh informasi terhadap minat karyawan dalam memilih produk perbankan syariah
5. Mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap minat karyawan dalam memilih produk perbankan syariah
6. Mengetahui faktor yang paling dominan mempengaruhi minat karyawan DPMD dalam memilih produk perbankan syariah

D. Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Secara teoritis

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi pengembangan pengetahuan tentang faktor-faktor utama yang mempengaruhi minat karyawan terhadap produk Bank Syariah.
- b. Diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi atau bahan rujukan bagi penelitian-penelitian sejenis di masa yang akan datang serta untuk menambah dan memperkaya khazanah keilmuan dalam bidang analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat karyawan terhadap produk Bank Syariah.

2. Secara Praktis

a. Bagi bank

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu masukan atau sumbangan pemikiran bagi Bank Syariah untuk menentukan langkah-langkah selanjutnya dalam meningkatkan minat menjadi nasabah Bank Syariah.

b. Bagi akademik

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi untuk pengembangan ilmu pengetahuan, sehingga dapat dijadikan tambahan referensi di perpustakaan kampus.

c. Bagi DPMD

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan masukan serta saran sehingga karyawan dapat mengetahui alasan penyebab rendahnya minat terhadap produk bank syariah.

E. Penelitian Terdahulu

Pertama, menurut Utami dkk, menyatakan bahwa Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara faktor religiusitas, kelompok referensi, dan motivasi, terhadap keputusan nasabah dalam menabung di bank syariah. Secara parsial, terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara factor religiusitas, kelompok referensi, dan motivasi, terhadap keputusan nasabah dalam menabung di bank syariah. Dari ketiga faktor yang diteliti, religiusitas merupakan factor yang paling dominan berpengaruh bagi

nasabah dalam memutuskan untuk menabung di bank syariah di kota Banjarmasin. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan penulis buat yaitu sama-sama menggunakan pendekatan kuantitatif. Sedangkan perbedaannya yaitu pada penelitian sebelumnya menggunakan Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan, Tingkat Keuntungan Bagi Hasil, dan Fatwa Mui sebagai variabel x. Sedangkan penelitian yang saya menambah variabel x, yaitu lokasi, informasi, dan kualitas produk. Objek penelitian dilakukan di Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa Provinsi Bengkulu⁸

Kedua, Ahmad Samsudin, dari Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel pengetahuan terhadap minat masyarakat memilih Perbankan Syariah dengan nilai koefisien, pengetahuan mampu mempengaruhi minat masyarakat memilih Perbankan Syariah, oleh karena itu Perbankan Syariah harus dapat memberikan pemahaman secara luas dan menyeluruh terhadap masyarakat yang belum memahami Perbankan Syariah dalam aplikasi mau pun produk nya. Lokasi Perbankan Syariah di Kabupaten Tangerang dekat dengan lokasi kantor atau rumah saya” dijawab tidak setuju oleh 75 responden, mengindikasikan hasil yang negatif. Dari hasil di atas, maka dapat disimpulkan bahwa lokasi berpengaruh terhadap minat masyarakat dalam memilih perbankan syariah, hal itu dikarenakan pengalokasian Perbankan Syariah di Kabupaten Tangerang kurang strategis atau kurang merata, hal ini dikarenakan lokasi Perbankan Syariah jauh dari perkantoran dan pemukiman penduduk

⁸ Wahyu Utami, Marijati Sangen, M. Yudy , *Analisis....*, h.9

sehingga sulit dijangkau oleh masyarakat dan jarang ditemui. Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara bagi hasil dengan minat memilih Perbankan Syariah. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan penulis buat yaitu sama-sama menggunakan pendekatan kuantitatif dan sama-sama meneliti tentang minat terhadap produk Bank Syariah. Sedangkan perbedaannya yaitu pada penelitian sebelumnya menggunakan pengetahuan, lokasi, dan bagi hasil sebagai variabel x. Sedangkan penelitian yang saya menambah variabel x, yaitu religiusitas, informasi dan kualitas produk. Objek penelitian dilakukan di Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa Provinsi Bengkulu⁹

Ketiga, Skripsi Desi Fatmawati yang Pengaruh Pendapatan, Religiusitas, dan Informasi Terhadap Intensi Menabung di Bank Syariah pada Kalangan Santri Mahasiswa PP. Wahid Hasyim di Sleman menjelaskan bahwa, Religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi menabung di bank syariah pada kalangan santri mahasiswa PP. Wahid Hasyim, Sleman. Hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikansi sebesar 0,025 dan berdasarkan pengujian marginal effect nilai koefisien probabilitas sebesar 0,0156. Setiap peningkatan religiusitas pada kategori sangat tinggi akan meningkatkan probabilitas intensi santri mahasiswa untuk menabung di bank syariah sebesar 1,56%. Disamping itu Informasi juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi menabung di bank syariah pada kalangan santri mahasiswa PP. Wahid Hasyim, Sleman. Hal ini

⁹ Ahmad Samsudin, “*Analisis Minat Masyarakat Terhadap Produk Perbankan Syariah Di Kabupaten Tangerang*”, Jakarta: Skripsi Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis, 2017.

ditunjukkan dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 dan berdasarkan pengujian marginal effect nilai koefisien probabilitas sebesar 0,0494. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan penulis buat yaitu sama-sama menggunakan pendekatan kuantitatif dan sama-sama meneliti tentang minat terhadap produk Bank Syariah. Sedangkan perbedaannya yaitu pada penelitian sebelumnya menggunakan pendapatan, religiusitas, dan informasi sebagai variabel x. Sedangkan variabel x penelitian saya , yaitu relegiusitas, pengetahuan, lokasi, infromasi dan produk. Objek penelitian dilakukan di Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa Provinsi Bengkulu ¹⁰

Keempat, dari jurnal nasional Muhammad Dayyan, Fahriansah, Juprianto Analisis Minat Masyarakat Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah (Studi Kasus di Gampong Pondok Kemuning) (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Vol 1 no1 tahun 2017), Menjelaskan Minat masyarakat Gampong Pondok Kemuning disebabkan oleh pengetahuan, pendekatan dan penawaran produk yang dilakukan oleh bank syariah serta penghasilan masyarakat. Pengetahuan, penawaran dan pendekatan merupakan faktor yang berasal dari masyarakat dan pihak bank, sedangkan penghasilan merupakan faktor yang berasal dari masyarakatnya sendiri.¹¹

Sebagian masyarakat masih melakukan transaksi di bank konvensional dengan berbagai macam alasan, alasan tersebut disebabkan

¹⁰ Desi Fatmawati, “Pengaruh Pendapatan, Religiusitas, dan Informasi Terhadap Intensi Menabung di Bank Syariah pada Kalangan Santri Mahasiswa PP. Wahid Hasyim di Sleman”, Yogyakarta: Skripsi Sarjana Fakultas Ekonomi, 2015.

¹¹ Muhammad Dayyan, Fahriansah, Juprianto “Analisis Minat Masyarakat Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah (Studi Kasus di Gampong Pondok Kemuning)”, Jurnal (2017)

oleh pekerjaan yang menuntut harus memakai rekening bank konvensional, belum paham dengan sistem dan operasional yang diterapkan pada bank syariah, serta rasa nyaman terhadap bank konvensional karena mereka lebih dulu mengenal bank konvensional. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan penulis buat yaitu sama-sama menggunakan pendekatan kuantitatif dan sama-sama meneliti tentang minat terhadap produk Bank Syariah. Sedangkan perbedaannya yaitu pada penelitian sebelumnya menggunakan pengetahuan, penawaran, dan pendekatan sebagai variabel x. Sedangkan variabel x penelitian saya, yaitu religiusitas, pengetahuan, lokasi, informasi dan produk. Objek penelitian dilakukan di Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa Provinsi Bengkulu

Kelima, dari jurnal Internasional Firza Aulia Viranti dan Adhitya Ginanjar yang berjudul *Influence of Facilities, Promotion, Product and Location Islamic Banking on Decision Non Muslim Customers Patronizing at BRISCase Study in BRI Syariah (The Journal of Tauhidinomics Vol. 1 No. 1 (2015): 35-60)*. Dapat dilihat dari konstanta sebesar 2,955 hal ini menyatakan jika tidak ada variabel independen yaitu fasilitas, promosi, produk dan lokasi maka nilai variabel dependen atau keputusan nasabah non muslim menjadi nasabah BRI Syariah sebesar 2,955 yang berarti variabel dependen (fasilitas, promosi, produk dan lokasi) sangat berpengaruh terhadap variabel dependen (keputusan nasabah non muslim menjadi nasabah BRI Syariah). Angka koefisien X1 menunjukkan bahwa semakin baik fasilitas yang disediakan (nyaman dan memadai) maka akan

meningkatkan keputusan nasabah non muslim menjadi nasabah BRI Syariah. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan penulis buat yaitu sama-sama menggunakan pendekatan kuantitatif dan sama-sama meneliti tentang minat terhadap produk Bank Syariah. Sedangkan perbedaannya yaitu pada penelitian sebelumnya menggunakan *Influence of Facilities, Promotion, Product and Location* sebagai variabel x. Sedangkan variabel x penelitian saya , yaitu religiusitas, pengetahuan, lokasi, informasi dan kualitas produk. Objek penelitian dilakukan di Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa Provinsi Bengkulu¹²

¹² Aulia Viranti Firza dan Adhitya Ginanjar “*Influence of Facilities, Promotion, Product and Location Islamic Banking on Decision Non Muslim Customers Patronizing at BRIS Case Study in BRI Syariah*” The Journal of Tauhidinomics Vol. 1 No. 1 (2015)

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kajian Teori

1. Minat

1.1 Pengertian Minat

Minat merupakan keinginan yang timbul dari diri sendiri tanpa ada paksaan dari orang lain untuk mencapai tujuan tertentu. Minat adalah rasa suka (senang) dan tertarik pada suatu objek atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh atau biasanya ada kecenderungan untuk mencari objek yang disenangi tersebut. Minat lebih di kenal sebagai keputusan pemakaian atau pembelian jasa atau produk tertentu. Keputusan pembelian merupakan “suatu proses pengambilan keputusan atas pembelian yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau tidak melakukan pembelian dan keputusan tersebut diperoleh dari kegiatan-kegiatan sebelumnya yaitu kebutuhan dan dana yang dimiliki.¹

Menurut Ahmadi Minat adalah sikap jiwa orang seorang termasuk ketiga fungsi jiwanya (kognisi, konasi, dan emosi), yang tertuju pada sesuatu dan dalam hubungan itu unsur perasaan yang kuat.² Menurut Slameto minat adalah kecenderungan yang tetap untuk memperhatikan dan mengenang beberapa kegiatan.³

¹ Sofyan Assauri, *Bank Syariah: Dari teori ke Praktik* (Jakarta:Gema Insani, 2001),h.85

² Ahmadi Abu, *Psikologi Umum*,(Jakarta: Rineka cipta, 2009), h. 148

³ Slameto, *Belajar dan Faktor yang Mempengaruhinya*. (Jakarta: Rineka Cipta, 2003), h.180

Sedangkan menurut Djaali⁴ minat adalah rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh. Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan sesuatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar diri.

Andi Mappiare juga berpendapat bahwa minat adalah suatu perangkat mental yang terdiri suatu campuran dari perasaan, harapan, pendirian, prasangka, rasa takut, atau kecenderungan lain yang mengarahkan individu kepada suatu pilihan tertentu.⁵

Dari beberapa pendapat yang dikemukakan para ahli diatas maka penulis mengartikan bahwa minat adalah suatu kecenderungan yang erat kaitnanya dengan perasaan terutama perasaan senang terhadap sesuatu yang dianggapnya berharga atau sesuai kebutuhan dan memberi kepuasan kepadanya. Sesuatu itu dapat berupa aktifitas, orang, pengalaman atau benda yang dapat dijadikan sebagai stimuli atau rangsangan yang memerlukan respon terarah. Apabila sesuatu itu dianggapnya sesuai dengan kebutuhan atau menyenangkan baginya maka sesuatu itu akan dilaksanakan. Namun sebaliknya, apabila sesuatu itu tidak menyenangkan maka sesuatu itu akan ditinggalkannya.

⁴ Djaali, *Psikologi Pendidikan*. (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), h,121

⁵ Andi Mappiare, *Psikologi Remaja*, (Surabaya: Usaha Nasional, 1997), h. 62

1.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi minat

Adapun hal-hal yang dapat mempengaruhi timbulnya minat menurut Crow and Crow yaitu:

1) Faktor dari dalam

Yaitu mengarah pada kebutuhan-kebutuhan yang muncul dari dalam individu, merupakan faktor yang berhubungan dengan dorongan fisik, motif, mempertahankan diri dari rasa lapar, rasa takut, rasa sakit, juga dorongan ingin tahu membangkitkan minat untuk mengadakan penelitian dan sebagainya.

2) Faktor Motif Sosial

Artinya mengarah pada penyesuaian diri dengan lingkungan agar dapat diterima dan diakui oleh lingkungannya atau aktivitas untuk memenuhi kebutuhan sosial, seperti bekerja, mendapatkan status, mendapatkan perhatian dan penghargaan.

3) Faktor Emosional atau Perasaan

Artinya minat yang erat hubungannya dengan perasaan atau emosi, keberhasilan dalam beraktivitas yang didorong oleh minat akan membawa rasa senang dan memperkuat minat yang sudah ada, sebaliknya kegagalan akan mengurangi minat individu tersebut.

1.3. Indikator Minat

Menurut Lucas dan Britt mengatakan bahwa aspek-aspek yang terdapat dalam minat beli adalah sebagai berikut:⁶

1) Perhatian (Attention)

Adanya perhatian yang besar dari konsumen terhadap suatu produk (barang atau jasa)

2) Ketertarikan (Interest)

Setelah adanya perhatian maka akan timbul rasa tertarik pada konsumen

3) Keinginan (Desire)

Berlanjut pada perasaan untuk menginginkan atau memiliki suatu produk tersebut

4) Keyakinan (Conviction)

Kemudian timbul keyakinan pada diri individu terhadap produk tersebut sehingga menimbulkan keputusan (proses akhir) untuk memperolehnya dengan tindakan membeli

2. Religiusitas

2.1 Pengertian Religiusitas

Dalam kamus besar bahasa Indonesia, religiusitas diartikan sebagai sebuah pengabdian terhadap agama.⁷ Religiusitas berasal dari kata region (agama). Menurut Harun Nasution pengertian agama

⁶ Lucas.& Britt, *Advertising Psychology and Research*, (New York: McGraw-Hill, 1950), h.110

⁷ Pusat Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia, edisi keempat* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2008), h. 1159.

berasal dari kata al-Din, yang berarti undang-undang atau hukum, adapun kata agama terdiri a = tidak, gama = pergi mengandung arti tidak pergi, tetap ditempat atau diwarisi secara turun-temurun.⁸ Kenyatannya, agama merupakan sistem ajaran yang dimaksudkan untuk mengikat tata perilaku manusia agar tetap dalam keadaan damai dan tentram serta agama tersebut dipegang oleh masyarakat dan diwariskan secara turun-temurun. Kemudian dalam bahasa Arab, kata ini mengandung arti menguasai, menundukkan, patuh, utang, balasan, kebiasaan. Sedangkan dari kata religi (latin) atau relegere berarti mengumpulkan dan membaca. Sedangkan religius menurut Islam adalah menjalankan ajaran agama secara menyeluruh. Allah swt.berfirman dalam QS.Al-Baqarah/2: 208.

"Hai orang-orang yang beriman, masuklah kamu kedalam Islam keseluruhan, dan janganlah kamu turut langkah-langkah syaitan. Sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu".

Berdasarkan ayat tersebut, bahwa manusia sebagai makhluk yang beragama hendaknya mengikuti aturan-aturan atau ajaran agamanya yaitu ajaran agama Islam secara menyeluruh agar tidak tersesat ke dalam langkah-langkah syaitan.

Menurut Anshori, agama menunjuk pada aspek-aspek formal yang berkaitan dengan aturan dan kewajiban, sedangkan religiusitas menunjuk pada aspek agama yang telah dihayati oleh seseorang

⁸ Jalaluddin, *Psikologi Agama*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2010), h.12

dalam hati.⁹ Ketika individu telah memahami, menghayati dan mengaplikasikan nilai-nilai luhur agama yang dianutnya, maka ajaran agama akan berpengaruh dalam segala tindakan dan pandangan hidupnya. Karena itu, ia berusaha menjadi penganut yang baik. Keyakinannya itu ditampilkan dalam sikap dan tingkah lakunya yang mencerminkan ketaatan terhadap agamanya.

Religiusitas sering kali diindentikkan sebagai bentuk seberapa jauh pengetahuan, seberapa kokoh keyakinan, seberapa besar pelaksanaan ibadah dan seberapa dalam penghayatan atas agama yang dianutnya. Religiusitas dalam Islam menyangkut 5 hal yakni aqidah, ibadah, amal, akhlak dan pengetahuan. Aqidah menyangkut keyakinan kepada Allah, malaikat, rasul dan seterusnya. Ibadah menyangkut pelaksanaan hubungan antara manusia dengan Allah. Amal menyangkut pelaksanaan hubungan manusia dengan sesama makhluk. Akhlak merujuk pada spontanitas tanggapan atau perilaku seseorang atau rangsangan yang hadir padanya, sementara ihsan merujuk pada situasi dimana seseorang merasa dekat dengan Allah. Ihsan merupakan bagian dari akhlak, apabila akhlak positif seseorang mencapai tingkatan yang optimal, maka ia akan memperoleh berbagai pengalaman dan penghayatan keagamaan. Ilmu merupakan pengetahuan keagamaan.

⁹ M.N Ghufron, & R. Risnawita, *Teori-Teori Psikologi* (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2010), h.168.

Angga sari membedakan antara istilah agama (religi) dengan istilah religiusitas. Agama menunjuk pada aspek formal yang berkaitan dengan aturan- aturan dan kewajiban-kewajiban, sedangkan religiusitas menunjuk pada aspek yang dihayati oleh individu.

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa religiusitas adalah kedalaman seseorang dalam meyakini suatu agama dengan disertai tingkat pengetahuan terhadap agamanya yang diwujudkan dalam pengamalan nilai-nilai agama yakni dengan mematuhi aturan dan menjalankan kewajiban dengan keikhlasan hati dalam kehidupan sehari-hari yang berkaitan dengan ibadah.

2.2 Faktor-faktor mempengaruhi Relegiustitas

Thouless dalam Sayyidatul menyebutkan faktor-faktor yang mempengaruhi sikap keagamaan adalah sebagai berikut:¹⁰

a. Pengaruh pendidikan atau pengajaran dan berbagai tekanan sosial

Faktor ini mencakup semua pengaruh sosial dalam perkembangan keagamaan itu, termasuk pendidikan dari orang tua, tradisi-tradisi sosial untuk menyesuaikan diri dengan berbagai pendapat dan sikap yang disepakati oleh lingkungan itu.

b. Faktor Pengalaman

Berkaitan dengan berbagai jenis pengalaman yang membentuk sikap keagamaan terutama pengalaman mengenai keindahan,

¹⁰ Thouless, *Pengantar Psikologi Agama*, (Jakarta: PT Raja Grafindo, 2000), h.34

konflik moral dan pengalaman emosional keagamaan. Faktor ini umumnya berupa pengalaman spiritual yang secara cepat dapat mempengaruhi perilaku individu.

c. Faktor kehidupan

Kebutuhan-kebutuhan ini secara garis besar dapat dibedakan menjadi empat : a) kebutuhan akan keamanan dan keselamatan, b) kebutuhan akan cinta kasih c) kebutuhan untuk memperoleh harga diri d) kebutuhan yang timbul karena adanya ancaman kematian.

d. Faktor Intelektual

Berkaitan dengan berbagai proses penalaran verbal atau rasionalisasi. Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa setiap individu memiliki tingkat religiusitas yang berbeda-beda dan tingkat religiusitasnya bisa dipengaruhi dari 2 macam faktor yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal yaitu pengalaman-pengalaman spiritual, kebutuhan akan keamanan dan keselamatan, kebutuhan akan cinta kasih, kebutuhan untuk memperoleh harga diri, dan kebutuhan yang timbul karena ancaman kematian. Sedangkan faktor eksternal yaitu pengaruh pendidikan dan pengajaran dan berbagai tekanan sosial dan faktor intelektualitas.

2.3 Indikator Religiustitas

Indikator dalam religiusitas menurut Glock dan Stark dalam Ery adalah sebagai berikut:¹¹

- a. Keyakinan yaitu sejauh mana individu mengakui hal-hal yang bersifat dogmatic dalam agamanya, misalnya tentang kekuasaan Tuhan, malaikat, surga dan neraka.
- b. Peribadatan yaitu sejauh mana individu melaksanakan ritual dalam agamanya, misalnya: zakat, puasa, haji, dan sebagainya.
- c. Penghayatan yaitu perasaan keagamaan yang dialami dan dirasakan misalnya perasaan bersalah takut berbuat dosa.
- d. Pengetahuan agama yaitu sejauh mana individu memahami agamanya misalnya pengetahuan tentang fiqh muamalah atau jual beli.
- e. Pengamalan yaitu sejauh mana implikasi agama mempengaruhi perilaku individu dalam kehidupan sosial, misalnya mendermakan harta, memilih produk yang halal dan sebagainya.

3. Pengetahuan

3.1 Pengertian Pengetahuan

Pengetahuan merupakan segala sesuatu yang ada dalam pikiran seseorang setelah dilakukan pengindraan terhadap suatu objek tertentu. Pengetahuan merupakan hasil “Tahu” dan ini terjadi setelah orang melakukan pengindraan terhadap suatu objek tertentu.

¹¹ Ancok, D dan Suroso, *Psikologi Islami*, (Yogyakarta: Penerbit Pustaka Pelajar,2001), h.78

Penginderaan terjadi melalui pancaindra manusia yakni: penglihatan, pendengaran, penciuman, rasa dan raba. Sebagian besar pengetahuan manusia diperoleh melalui mata dan telinga. ¹² Pengetahuan yang cukup di dalam domain kognitif mempunyai 6 tingkatan, yaitu:¹³

1) Tahu (Know)

Tahu diartikan sebagai mengingat suatu materi yang telah dipelajari sebelumnya. Termasuk dalam pengetahuan tingkat ini adalah mengingat kembali (recall) sesuatu yang spesifik dari seluruh bahan yang dipelajari atau rangsangan yang telah diterima. Oleh sebab itu, tahu ini merupakan tingkat pengetahuan yang paling rendah. Kata kerja untuk mengukur bahwa orang tahu tentang apa yang dipelajari antara lain menyebutkan, menguraikan, mendefinisikan, menyatakan, dan sebagainya.

2) Memahami (Comprehention)

Memahami diartikan sebagai suatu kemampuan untuk menjelaskan secara benar tentang objek yang diketahui dan dapat menginterpretasikan materi tersebut secara benar. Orang yang telah paham terhadap objek atau materi harus dapat menjelaskan, menyebutkan contoh, menyimpulkan, meramalkan dan sebagainya terhadap objek yang dipelajari.

¹² Muhammad Nasir, Mukhlis dan Miskarina, “*Pengetahuan Masyarakat Umum Dan Masyarakat Santri Terhadap Bank Syariah*,” *Journal* (2017), h.49.

¹³ Soekidjo Notoatmodjo, *Pengembangan Sumber Daya Manusia*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2003), h.211

3) Aplikasi (Application)

Aplikasi diartikan sebagai kemampuan untuk menggunakan materi yang telah dipelajari pada situasi atau kondisi real (sebenarnya). Aplikasi disini dapat diartikan sebagai aplikasi atau penggunaan hukum-hukum, rumus, metode, prinsip dan sebagainya dalam konteks atau situasi yang lain.

4) Analisis (Analysis)

Analisis adalah kemampuan untuk menjabarkan materi atau suatu objek ke dalam komponen-komponen, tetapi masih di dalam satu sama lain. Kemampuan analisis ini dapat dilihat dari penggunaan kata kerja, seperti dapat menggambarkan (membuat bagan), membedakan, memisahkan, mengelompokkan, dan sebagainya.

5) Sintesis (Synthesis)

Sintesis menunjuk kepada suatu kemampuan untuk meletakkan atau menggabungkan bagian-bagian di dalam suatu bentuk keseluruhan yang baru. dengan kata lain sintesis adalah suatu kemampuan untuk menyusun formulasi baru dari formulasi-formulasi yang ada.

6) Evaluasi (Evaluation).

Evaluasi ini berkaitan dengan kemampuan untuk melakukan justifikasi atau penilaian terhadap suatu materi atau objek. Penilaian - penilaian itu didasarkan pada suatu kriteria yang

ditentukan sendiri atau menggunakan kriteria-kriteria yang telah ada.¹⁴

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pengetahuan nasabah adalah informasi yang telah dikombinasikan dengan pemahaman dan potensi untuk bertindak yang lantas melekat pada benak seseorang. Pengetahuan juga dapat diartikan sebagai perubahan dalam perilaku suatu individu yang berasal dari pengalaman.

3.2 Indikator Pengetahuan

Terdapat tiga indikator penelitian variabel pengetahuan menurut Sumarwan membagi pengetahuan konsumen ke dalam tiga macam yaitu sebagai berikut:¹⁵

1. Pengetahuan produk yaitu kumpulan berbagai informasi mengenai produk. Pengetahuan ini meliputi kategori produk, merek, terminology produk, atribut atau fitur produk, harga produk, dan kepercayaan mengenai produk.
2. Pengetahuan pembelian merupakan berbagai informasi yang diproses oleh konsumen untuk memperoleh suatu produk. Pengetahuan pembelian terdiri atas pengetahuan tentang dimana membeli produk dan kapan membeli produk. Ketika konsumen memutuskan akan membeli suatu produk, maka ia akan menentukan dimana ia membeli produk tersebut dan kapan akan

¹⁴ Soekidjo Notoatmodjo, *Pengembangan...*, h.211

¹⁵ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011), h. 148

membelinya. Keputusan konsumen mengenai tempat pembelian produk akan sangat ditentukan oleh pengetahuannya.

3. Pengetahuan pemakaian yaitu suatu produk akan memberikan manfaat kepada konsumen jika produk tersebut telah digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen. Agar produk tersebut bisa memberikan manfaat yang maksimal dan kepuasan yang tinggi kepada konsumen, maka konsumen harus bisa menggunakan atau mengkonsumsi produk tersebut dengan benar.

4. Lokasi

4.1 Pengertian Lokasi

Menurut M. Nur Rianto dalam bisnis jasa bank, penentuan lokasi dimana bank akan beroperasi merupakan salah satu faktor yang penting. Dalam persaingan yang ketat penentuan lokasi mempunyai pengaruh cukup signifikan dalam aktivitas menghimpun dana dari masyarakat serta menyalurkan pembiayaan kembali kepada masyarakat. Sebab dengan penentuan lokasi yang tepat maka target pencapaian bank akan dapat diraih.¹⁶

Penentuan lokasi bank merupakan kebijakan yang harus diambil dengan hati-hati. Kantor bank harus dibangun ditempat yang strategis, yang dekat dengan nasabah, mudah pencapaiannya (aksesibilitas), dekat dengan penyedia tenaga kerja, dan dekat dengan BI. Penentuan lokasi pada hakikatnya adalah mendekatkan

¹⁶ Firza Aulia Viranti dan Adhitya Ginanjar, “ *Influence of Facilities, Promotion, Product and Location Islamic Banking on Decision Non Muslim Customers Patronizing at BRISCase Study in BRI Syariah*”, *The Journal of Tauhidinomics* (2015), h.35-60

diri pada nasabah, baik nasabah sumber dana maupun nasabah financing. Di samping lokasi yang strategis Kasmir mengatakan bahwa ada hal lain yaitu penetapan layout gedung dan ruangan bank. Hal ini sangat mendukung lokasi bank jika ditata dengan baik dan benar akan menambah kenyamanan nasabah dalam berhubungan dengan bank. Lokasi dan layout merupakan dua hal yang tidak terpisahkan dan harus merupakan suatu paduan yang serasi dan sepadan.¹⁷

4.2 Indikator Lokasi

Dalam menentukan lokasi bank harus strategis sehingga mudah diketahui dan dijangkau masyarakat umum . Maka sebagai indikatornya adalah:¹⁸

- a. Akses, yaitu lokasi yang mudah dilalui atau mudah di jangkau sarana transportasi umum.
- b. Visibilitas yaitu, lokasi dapat dilihat dengan jelas dari tepi jalan.
- c. Tempat parkir yang luas dan aman.
- d. Ekspansi yaitu, tersedia tempat yang cukup luas untuk perluasan usaha dikemudian hari.
- e. Lingkungan yaitu, daerah sekitar yang mendukung jasa yang diawarkan.

¹⁷ Firza Aulia Viranti dan Adhitya Ginanjar, “ *Influence...*, h.35-60

¹⁸ Wahjono, I. Sentot, *Manajemen Pemasaran Bank (Ed. Ke-1)*. (Yogyakarta: graham ilmu, 2010), h.26

5. Informasi

Informasi merupakan data yang telah diproses sedemikian rupa sehingga meningkatkan pengetahuan seseorang yang menggunakan. Para pembuat keputusan memahami bahwa informasi menjadi faktor kritis dalam menentukan kesuksesan atau kegagalan dalam suatu bidang usaha.¹⁹

Informasi merupakan hasil dari komunikasi, baik komunikasi langsung maupun tidak langsung. Dengan adanya informasi, berarti seseorang semakin mengenal suatu objek. Informasi juga dapat membangkitkan minat seseorang untuk mengonsumsi suatu produk. Seseorang yang aktif mencari informasi tentang suatu produk, biasanya mempunyai minat yang lebih tinggi terhadap produk tersebut daripada orang yang pasif mencari informasi. Informasi merupakan salah satu dari tiga background factors yang ada di Theory of Planned Behavior (TPB), selain faktor pribadi dan sosial. Informasi dalam penelitian ini meliputi pengalaman, pengetahuan, dan pemberitaan media massa. Pengaruh antara informasi dengan intensi menabung di bank syariah merupakan hubungan yang sifatnya berbanding lurus. Seseorang yang mempunyai informasi tentang bank syariah lebih banyak, atau seseorang yang lebih aktif mencari informasi mengenai bank syariah, biasanya mempunyai keinginan untuk menabung di bank syariah lebih tinggi daripada orang

¹⁹ Yakub, *Pengantar Sistem Informasi*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012) h.8

yang tidak. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa informasi berpengaruh positif terhadap intensi menabung di bank syariah.

Informasi merupakan salah satu dari tiga *background factors* yang ada dalam TPB. Faktor informasi dalam TPB meliputi pengalaman, pengetahuan, dan pemberitaan media massa. Sehingga dalam penelitian ini, indikator variabel informasi meliputi pengalaman yang berhubungan dengan bank syariah, pengetahuan yang dimiliki tentang bank syariah, dan pemberitaan bank syariah oleh media massa.²⁰

6. Kualitas Produk

6.1 Pengertian Kualitas Produk

Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.²¹ Produk adalah segala sesuatu yang dapat memenuhi dan memuaskan konsumen baik individu maupun suatu organisasi. Segala sesuatu yang ditawarkan kepasar untuk mendapatkan perhatian, permintaan, pemakaian atau konsumsi yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Jadi dari definisi diatas dapat diambil kesimpulan bahwa kualitas produk merupakan keunggulan suatu produk dalam melaksanakan fungsinya termasuk keawetannya, keandalannya, ketepatan, kemudahan pengungkapan dan perbaikan.

²⁰ Hartono Jogiyanto, Analisis dan Desain, (Yogyakarta: Andi Offset, 2004) h.692

²¹ Zulain Yamit, *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa* (Yogyakarta : Eksponia, 2004) h..8

6.2 Faktor-faktor kualitas produk

Adapun faktor-faktor atau dimensi yang dapat dijadikan acuan untuk menilai kualitas produk yang ditawarkan, menurut Gravin dan Lovelock dalam Tjiptono antara lain meliputi :²²

- 1) Performance (kinerja), yaitu berkaitan dengan aspek fungsional dari barang itu dan merupakan karakteristik utama yang dipertimbangkan konsumen ketika membeli suatu barang.
- 2) Features (tampilan), yaitu ciri-ciri keistimewaan karakteristik sekunder (tambahan) atau pelengkap dari kinerja.
- 3) Reliability (kehandalan), merupakan karakteristik yang merefleksikan kemungkinan tingkat keberhasilan dalam penggunaan barang.
- 4) Conformance (kesesuaian), yaitu berkaitan dengan tingkat kesesuaian terhadap spesifikasi yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan keinginan konsumen. Konfirmasi merefleksikan derajat dimana karakteristik desain produk dan karakteristik operasi memenuhi standar yang telah ditetapkan.
- 5) Durability (daya tahan), yaitu berkaitan erat dengan daya tahan berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan.
- 6) Service ability (kemampuan layanan), yaitu layanan yang diberikan sebelum penjualan, dan selama proses penjualan hingga

²² Tjiptono, Fandy. *Manajemen jasa*. Edisi Pertama. (Yogyakarta: Andi, 2006) h.7

purna jual. Karakteristik yang menunjukkan kecepatan, kenyamanan di reparasi serta keluhan yang memuaskan.

7) Aesthetics (keindahan), yaitu daya tarik produk terhadap panca indera.

8) Perceived quality (kualitas yang dipersepsikan), yaitu citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya. Biasanya karena kurangnya pengetahuan pembeli akan atribut atau ciri-ciri produk yang akan dibeli, maka pembeli mempersiapkan kualitasnya dari aspek Kualitas Produk, nama merek, dan reputasi perusahaan. saya memilih produk bank syariah karena bank syariah terkenal dimasyarakat

6.3 Indikator Kualitas Produk

Adapun indikator-indikator kualitas produk dalam penelitian ini menurut adalah :²³

a. Bentuk fisik

Kemampuan dalam menunjukkan ekstitensinya pada nasabah. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik bank dan lingkungan sekitarnya.

b. Perhatian

Memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual yang diberikan kepada para nasabah dengan memahami keinginan nasabah

²³ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2001) h.221

c. Keandalan

Kemampuan memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan.

d. Ketanggapan

Berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu nasabah dan merespon permintaan mereka, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan secara cepat.

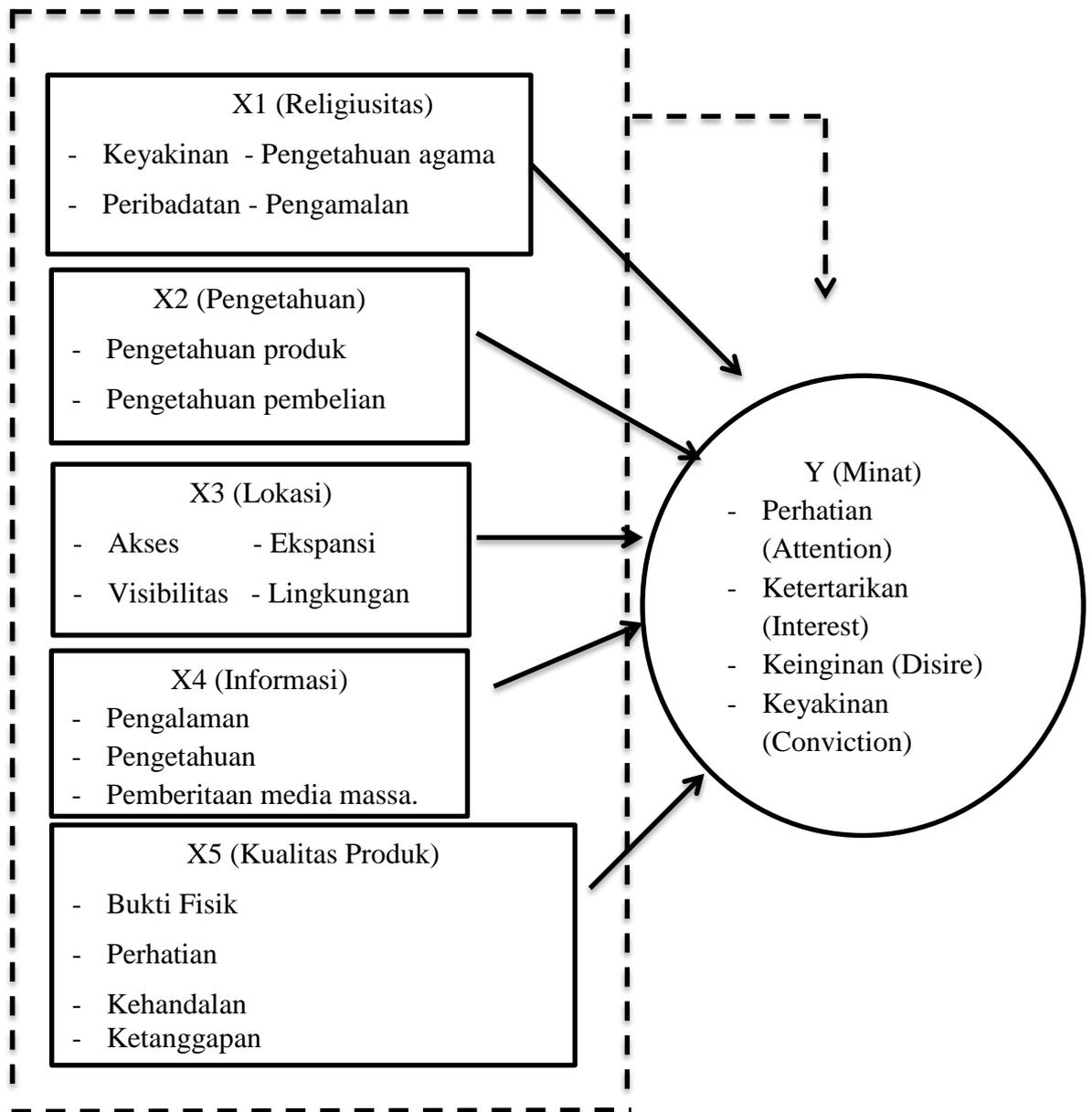
e. Jaminan

Perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan nasabah terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para nasabah.

B. Kerangka berfikir

Kerangka berfikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting.²⁴

²⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi Cet: III* (Bandung:Alfabeta, 2012), h. 272



Keterangan:

—→ : Berpengaruh secara parsial (sendiri-sendiri)

---→ : Berpengaruh secara simultan (bersama-sama)

□ : Variabel Independen

○ : Variabel Dependen

C. Hipotesis Penelitian

Hipotesis yang diajukan sebagai jawaban sementara terhadap permasalahan yang diajukan pada penelitian ini sebagai berikut :

- Ho₁ Religiusitas secara persial tidak berpengaruh terhadap minat karyawan terhadap produk perbankan syariah
- Ha₁ Religiusitas secara persial berpengaruh terhadap minat karyawan terhadap produk perbankan syariah
- Ho₂ Pengetahuan secara persial tidak berpengaruh terhadap minat karyawan terhadap produk perbankan syariah
- Ha₂ Pengetahuan secara persial berpengaruh terhadap minat karyawan terhadap produk perbankan syariah
- Ho₃ Lokasi secara persial tidak berpengaruh terhadap minat karyawan terhadap produk perbankan syariah
- Ha₃ Lokasi secara persial berpengaruh terhadap minat karyawan terhadap produk perbankan syariah
- Ho₄ Informasi secara persial tidak berpengaruh terhadap minat karyawan terhadap produk perbankan syariah
- Ha₄ Informasi secara persial berpengaruh terhadap minat karyawan terhadap produk perbankan syariah
- Ho₅ Kualitas Produk secara persial tidak berpengaruh terhadap minat karyawan terhadap produk perbankan syariah
- Ha₅ Kualitas Produk secara persial berpengaruh terhadap minat karyawan terhadap produk perbankan syariah

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah asosiatif dengan tujuan untuk menguji antara variabel, dengan pendekatan kuantitatif yaitu data yang diperoleh dalam bentuk angka-angka yang dapat dihitung, yang berkaitan masalah yang diteliti.

B. Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan pada 18 April 2019 sampai Maret 2020 dan dilakukan di Dinas Pemberdayaan Masyarakat Desa Kota Bengkulu yang beralamatkan di Jl. Cendana No.18, Padang Jati Kec.Ratu Samban, Kota Bengkulu.

C. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.³⁷ Populasi dalam penelitian ini adalah Karyawan Dinas Pemberdayaan Masyarakat Desa Kota Bengkulu yang terdiri dari 86 Karyawan yang berstatus Pegawai Negeri Sipil (PNS).

³⁷ Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. (Bandung: Alfabeta, 2008), h 117

2. Sampel

Sampel adalah suatu prosedur pengambilan data, dimana hanya sebagian populasi saja yang diambil dan dipergunakan untuk menentukan sifat serta ciri yang dikehendaki dari suatu populasi.³⁸ Penarikan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *simple random sampling*, dimana pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu.³⁹ Tingkat ketelitian atau kepercayaan yang dikehendaki seiring tergantung pada sumber dana, waktu, dan tenaga. Makin besar tingkat kesalahan maka akan semakin kecil jumlah sampel yang diperlukan, dan sebaliknya, makin kecil tingkat kesalahan, maka akan makin besar jumlah anggota sampel yang diperlukan sebagai sumber data. Berdasarkan populasi dengan tingkat kesalahan yang peneliti gunakan 10%.

Rumus Slovin untuk menentukan sampel⁴⁰

$$n = \frac{N}{1 + N (e)^2}$$

Keterangan

n	=	Sampel
N	=	Populasi
e	=	Perkiraan tingkat kesalahan, $e = 0,1$

Dalam rumus solvin ada ketentuan sebagai berikut

Nilai e	=	0,1 (10%) untuk populasi dalam jangka besar
Nilai e	=	0,2 (20%) untuk populasi dalam jangka kecil

³⁸ Syofian Siregar. *Statistik Parametrik untuk penelitia Kuantitatif* (Jakarta: Bumi Aksara, 2014) h.56

³⁹ Sugiyono. *Metode...*, h 118

⁴⁰ Syofian Siregar. *Statistik...*, h.61

Maka untuk mengetahui sampel penelitian, berikut perhitungannya.

$$n = \frac{86}{1 + 86(0,1)^2}$$

$$n = \frac{86}{1 + 86 \times 0.01}$$

$$n = \frac{86}{1 + 0.86}$$

$$n = \frac{86}{1.86}$$

$$n = 47$$

Jadi pada penelitian ini, peneliti menggunakan 47 sampel

D. Sumber dan Teknik Pengumpulan data

1. Sumber Data

Data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data skunder. Data primer dalam penelitian ini diperoleh langsung dari responden dengan menggunakan koesioner. Sedangkan Data sekunder dari penelitian ini adalah buku, artikel, jurnal, skripsi, tesis, data-data dari DPMD dan internet.

2. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Dalam hal ini peneliti mengadakan penelitian data secara langsung, melalui pengamatan lapangan terhadap aktivitas yang akan dilakukan untuk mendapatkan data tertulis yang relevan tentang permasalahan yang diteliti, dengan menyusun pertanyaan yang diajukan kepada responden.

b. Studi Kepustakaan

Peneliti memperoleh bahan-bahan dan informasi yang relevan berupa teori-teori sesuai dengan variabel penelitian yang akan diteliti, berupa berupa buku-buku pedoman, artikel, jurnal, skripsi, tesis, data-data dari DPMD, internet dan bahan-bahan khusus lainnya.

c. Kuesioner

Dalam pengukuran kuesioner, peneliti menggunakan pengukuran skala likert, yaitu dengan menentukan skor atas setiap pertanyaan dalam kuesioner yang disebar, dengan ukuran 1-5 untuk semua variabel yang diteliti. Skala tersebut memiliki nilai atau arti yaitu:⁴¹

Tabel 3.1
Alternatif Jawaban Kuesioner

No	Kategori	Skor
1	Sangat setuju	5
2	Setuju	4
3	Ragu-ragu	3
4	Tidak setuju	2
5	Sangat tidak setuju	1

E. Variabel dan Definisi Operasional

1. Variabel Independen

Indikator independen dalam penelitian ini terdiri dari religiusitas, pengetahuan, lokasi, informasi, dan kualitas produk .

⁴¹ Sugiyono. *Metode...*, h 135

2. Variabel Dependen

Indikator dalam variabel independen ini adalah minat karyawan (Y) terhadap produk Pebankan Syariah Kota Bengkulu yang diasumsikan sebagai suatu tingkat keinginan nasabah untuk bertransaksi secara baik dan halal.

F. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang dapat digunakan untuk memperoleh, mengolah, dan menginterpretasikan informasi yang diperoleh dari para responden yang dilakukan dengan menggunakan pola ukur yang sama.⁴² Instrumen atau alat yang digunakan dalam penelitian ini adalah berupa kuesioner yang memuat daftar pertanyaan yang berhubungan dengan masalah dan tujuan penelitian. Kuesioner yang berupa pertanyaan tersebut diberikan kepada karyawan DPMD Kota Bengkulu.

G. Teknik Analisis Data

Adapun pengujian-pengujian yang akan dilakukan adalah:

1. Pengujian kualitas data

a. Uji Validitas dan Reliabilitas

1) Uji Validitas

Validitas atau kesahihan menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang ingin diukur. Didalam validitas menyangkut penjabaran konsep tingkat teoritis sampai empiris (indikator), namun bagaimana tidak suatu instrumen penelitian

⁴² Syofian Siregar..., h.75

harus valid agar hasilnya dapat dipercaya.⁴³ Adapun metode yang ada uji validitas ini menggunakan korelasi Correted Item-Total Correlation. Pengambilan keputusan jika:

$r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$ maka butir tersebut valid

$r\text{-hitung} < r\text{-tabel}$ maka butir tersebut tidak valid

2) Uji Reliabilitas

Reliabilitas artinya dapat dipercaya juga dapat diandalkan. Sehingga beberapa kali di ulang pun hasilnya akan tetap sama (konsisten). Jika kuesioner telah valid dan reliable maka kuesioner dapat disebarkan pada responden. Teknik Cronbach Alpa, criteria reabilitasnya jika:⁴⁴

Cronbach Alpa $> 0,50$ maka dikatakan reliable

Cronbach Alpa $< 0,50$ maka dikatakan tidak reliable

b. Uji Normalitas

Uji normalitas ini bertujuan untuk menguji apakah model dalam regresi, variabel dependen dan variabel independen semuanya memiliki kontribusi normal atau tidak. Jika distribusi data adalah normal maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya. Untuk mengetahui populasi berdistribusi normal atau tidak, dalam proposal ini menggunakan uji kolmogorov-smirnov dengan bantuan komputer program SPSS IBM.22 for

⁴³ Syofian Siregar. *Statistik...*, h.75

⁴⁴ Syofian Siregar. *Statistik...*, h.90

windows. Untuk menentukan normalitas digunakan pedoman sebagai berikut :⁴⁵

- 1) Signifikan uji (α) = 0,05
- 2) Jika $\text{sig} > \alpha$ maka sampel berasal dari populasi yang berdistribusi normal
- 3) Jika $\text{sig} < \alpha$ maka sampel tidak berasal dari populasi yang berdistribusi normal

c. Uji Homogenitas

Uji homogenitas dilakukan untuk mengetahui apakah data yang diperoleh dari dua kelompok memiliki varian yang homogen atau tidak. Analisis varian dapat digunakan apabila varian data tersebut homogen. Oleh karena itu, sebelum analisis varian digunakan untuk pengujian hipotesis, maka perlu dilakukan pengujian homogenitas varian terlebih dahulu dengan uji F.⁴⁶

d. Asumsi klasik Multikolinearitas, Autokolerasi, dan Heterokedastisitas⁴⁷

1) Uji Multikolinearitas

Pengujian multikolinearitas dilakukan untuk menjelaskan kemungkinan terdapatnya pengaruh antara variabel independen dengan variabel independen yang lain. data yang baik tidak boleh

⁴⁵ Asadi, "Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Minuman Teh Rio di kec. Bangil pasuruan", Jurnal No.3 (2018), h.63

⁴⁶ Asadi, "Pengaruh ..., h.63

⁴⁷ Asadi, "Pengaruh ..., h.63-65

ada masalah multikolinearitas. Salah satu cara untuk mendeteksi multikolinearitas adalah dengan melihat VIF dan tolerance.

- 1) Jika nilai VIF <10 dan tolerance $>0,1$ maka dapat dikatakan tidak ada masalah multikolinearitas.
- 2). Jika nilai VIF >10 dan tolerance $<0,1$ maka dapat dikatakan ada masalah multikolinearitas.

2) Uji Autokorelasi

Pada penelitian ini untuk menguji ada tidaknya gejala autokorelasi menggunakan uji Durbin-Watson(DW test).

Tabel 3.2

Pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi

Hipotesis Nol	Keputusan	Jika
Tidak ada autokorelasi positif	Tolak	$0 < d < dl$
Tidak ada autokorelasi positif	No Decision	$dl \leq d \leq du$
Tidak ada korelasi	Tolak	$4 - dl < d < 4$
Ada korelasi negatif	No Decision	$4 - du \leq d \leq 4 - dl$
Tidak ada autokorelasi, positif atau negatif	Tidak Ditolak	$du < d < 4 - du$

3) Uji Heterokedastisitas

Tujuan uji ini adalah untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homokedastisitas. Jika varian berbeda maka disebut heterokedastisitas. Dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- 1) Jika ada data yang membentuk pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu dan teratur (bergelombang, melebar kemudian menyemping) maka terjadi Heterokedastisitas,
- 2) Jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 maka tidak terjadi Heterokedastisitas.

2. Pengujian Hipotesis

Pada pengujian hipotesis, penelitian ini menggunakan metode regresi linear berganda, dan uji statistik dengan menggunakan test.⁴⁸

a. Uji Regresi Linier Berganda

Analisa regresi berganda adalah regresi di mana sebuah variabel terikat (Y) dihubungkan dengan variabel atau lebih variabel bebas (X).⁴⁹ Juga dapat digunakan untuk memprediksi atau menaksir (estimasi) besarnya nilai suatu variabel terhadap variabel lainnya. Dalam penelitian ini variabel (Y) Minat karyawan yang selanjutnya dihubungkan dengan lima variabel bebas yakni X1 = Religiusitas, X2 = Pengetahuan, X3 = Lokasi, X4 = Informasi dan X5 = Kualitas produk. Bentuk persamaan garis regresi adalah:⁵⁰

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5$$

Di mana:

Y = Minat Karyawan (variabel terikat)

⁴⁸ Asadi, "Pengaruh ...", h.63-65

⁴⁹ Ulber Silalahi, *Metode Penelitian Sosial* (Bandung: PT Revika Aditama, 2012),h. 430.

⁵⁰ Sambas Ali Muhidin dan Maman Abdurahman, *Analisis Korelasi Regresi dan Jalur dalam Penelitian* (Bandung: Pustaka Setia, 2011), h.199.

a = konstanta

X1 = Religiusitas

X2 = Pengetahuan

X3 = Lokasi

X4 = Informasi

X5 = Kualitas produk.

β 1 = koefisien regresi X1

β 2 = koefisien regresi X2

β 3 = koefisien regresi X3

β 4 = koefisien regresi X4

β 5 = koefisien regresi X5

b. Uji Hipotesis

Untuk membuktikan hipotesis yang dirumuskan dalam penelitian ini dilakukan uji t dan uji f.

1. Uji Parsial (Uji-t)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen secara individu berpengaruh signifikan atau tidak terhadap variabel dependen. Hipotesis yang digunakan adalah sebagai berikut:

$H_0 : \beta = 0$, tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel religiusitas, pengetahuan, lokasi, informasi dan Kualitas produk Bank Syariah terhadap minat karyawan dalam memilih produk di Perbankan Syariah.

$H_a : \beta \neq 0$, ada pengaruh yang signifikan antara variabel religiusitas, pengetahuan, lokasi, informasi dan Kualitas produk Bank Syariah terhadap minat karyawan dalam memilih produk di Perbankan Syariah.

Kriteria uji yang digunakan adalah jika t-test lebih besar dari nilai t-table ($t\text{-test} > t\text{-table}$ misalnya pada tingkat signifikansi Level Of Significancy) 10%, maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak (rejected) artinya variabel independen secara individual mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Sebaliknya, jika nilai t-test lebih kecil dari nilai t-table ($t\text{-test} < t\text{-table}$) misalnya pada tingkat signifikan 10%, maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada pengaruh secara parsial (individu) dari semua variabel independen terhadap dependen.

2. Uji Simultan (Uji F)

Uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen di dalam model secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen yang digunakan perumusan hipotesis pada Uji-F adalah:

$H_0 : \beta = 0$, tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel religiusitas, pengetahuan, lokasi, informasi dan Kualitas produk Bank Syariah terhadap minat karyawan dalam memilih produk di Perbankan Syariah.

$H_a : \beta \neq 0$, ada pengaruh yang signifikan antara variabel religiusitas, pengetahuan, lokasi, informasi dan Kualitas produk Bank Syariah terhadap minat karyawan dalam memilih produk di Perbankan Syariah.

Kriteria ujian adalah jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ misalnya pada tingkat signifikan 10%, maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak (rejected), artinya variabel independen secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Sebaliknya, jika nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$ misalnya pada tingkat signifikan 10%, maka dapat disimpulkan bahwa H_0 tidak ditolak (not rejected), artinya variabel independen secara bersama-sama tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa (DPMD) Provinsi Bengkulu⁵¹

DPMD Provinsi Bengkulu yang beralamatkan Jl. Cendana No. 18 Sawah lebar Kota Bengkulu, Berdasarkan sejarahnya, telah beberapa kali berubah nomenklatur :

- a. Tahun 1969, Direktorat Pembangunan Desa (Dit BangDes).
- b. Tahun 1989, Direktorat Pemberdayaan Masyarakat dan Desa (Dit PMD).
- c. Tahun 2000, Badan Pemberdayaan Masyarakat (BPM)
- d. Tahun 2008, Badan Pemberdayaan Masyarakat dan Pemerintahan Desa (BPMPD).
- e. Tahun 2016 s/d sekarang, Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa (DPMD).

Terdapat tujuh bidang dalam Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa, yaitu

- a. Sub Bagian Umum dan Perlengkapan
- b. Sub Bagian Perencanaan Evaluasi dan Pelaporan
- c. Sub Bagian Keuangan
- d. Sub Bidang Bina Pemerintahan Desa

⁵¹ <http://dpmd.bengkuluprov.go.id/index.php>

- e. Sub Bidang Fasilitasi Pembangunan Desa
- f. Sub Bidang Pemberdayaan dan Kemasyarakatan Desa
- g. Sub Bidang Fasilitasi Pembangunan Kawasan

2. Visi dan Misi Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa (DPMD)

Provinsi Bengkulu

a. Visi

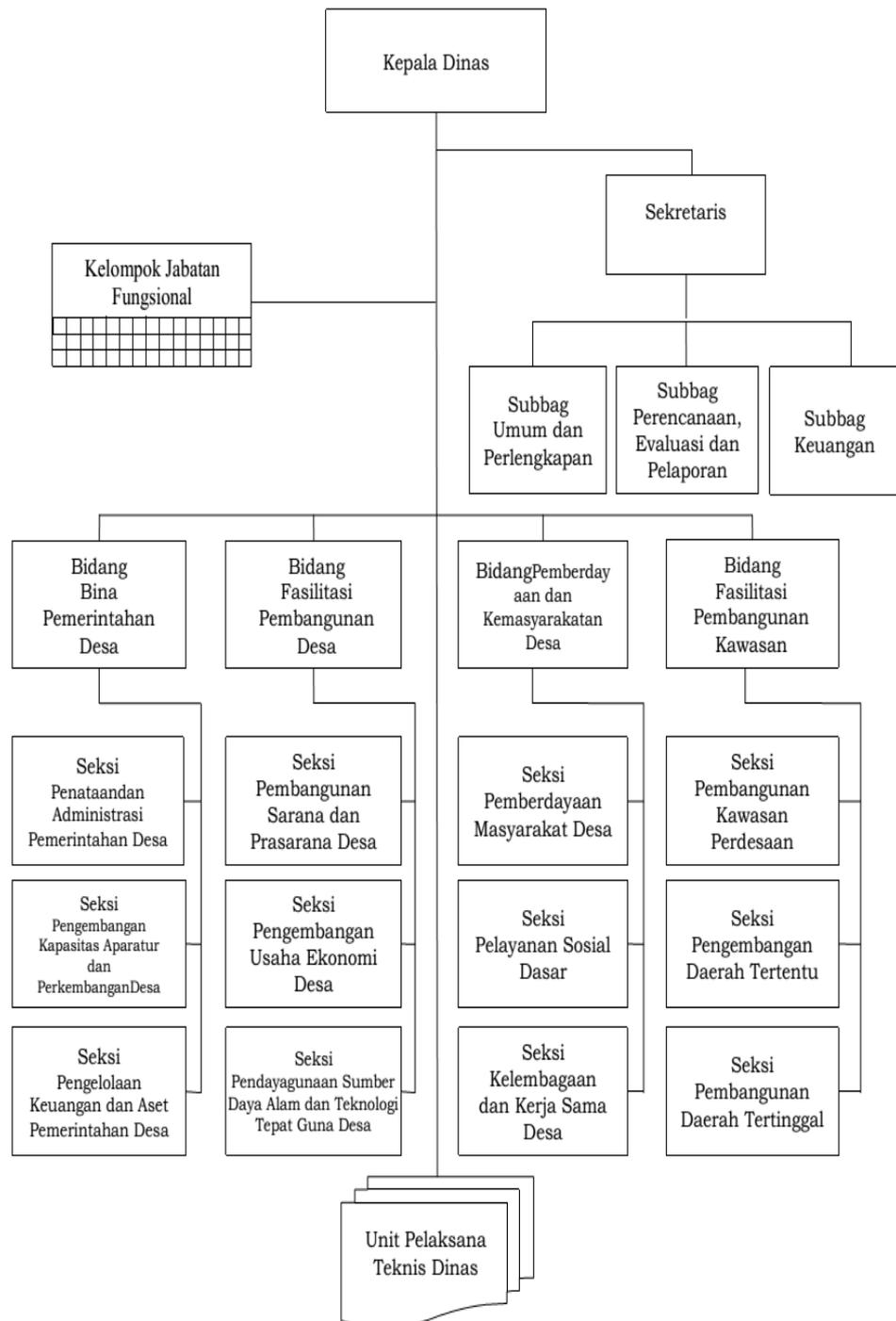
Mewujudkan desa maju, mandiri, sejahtera berbasis keunggulan lokal

b. Misi

- 1) Meningkatkan kapasitas penyelenggara pemerintahan desa dalam memberikan pelayanan prima kepada masyarakat desa;
- 2) Mewujudkan percepatan pembangunan desa dalam rangka peretasan desa tertinggal;
- 3) Meningkatkan kualitas pemberdayaan masyarakat dan pembinaan kemasyarakatan desa;
- 4) Mewujudkan sinergitas pembangunan kawasan perdesaan, daerah tertinggal, dan daerah tertentu

3. Struktur organisasi Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa (DPMD) Provinsi Bengkulu

Gambar 4.1 Struktur organisasi DPMD



B. Hasil Penelitian

Kuisisioner yang digunakan untuk menyimpulkan pengaruh Religiusitas, Pengetahuan, Lokasi, Informasi, dan Kualitas produk terhadap Minat karyawan dalam memilih Produk Perbankan Syariah di Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa (DPMD) Provinsi Bengkulu. Menggunakan tipe pilihan yang terdiri dari 25 item pertanyaan dan masing-masing item pertanyaan terdiri dari 5 alternatif jawaban yaitu Sangat Setuju (Skor 5), Setuju (skor 4), Ragu-Ragu (skor 3), Tidak Setuju (skor 2), Sangat Tidak Setuju (skor 1). Kemudian data yang diperoleh ditabulasikan, selanjutnya dianalisis guna menjawab permasalahan-permasalahan dalam penelitian.

Tabel 4.1

Alternatif Jawaban Kuesioner

No	Kategori	Skor
1	Sangat setuju	5
2	Setuju	4
3	Ragu-ragu	3
4	Tidak setuju	2
5	Sangat tidak setuju	1

1. Pengujian kualitas data

a. Uji Validitas dan Reliabilitas

1) Uji Validitas

Metode yang ada uji validitas ini menggunakan korelasi Correlated Item-Total Correlation. Pengambilan keputusan jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka butir tersebut valid dan jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka butir

tersebut tidak valid. Hasil validitas dapat dilihat dari tabel-tabel berikut.

Tabel 4.2
Critical Values Of Correlation Coefficient (r tabel)

N	Deg, Of Freedom (N-2)	Coefficient
		$\alpha = 0,05$
47	45	0,294

Sumber : Data Primer diolah 2020

Dari tabel diatas dapat dilihat bawah $N = 47$ koefisien $\alpha = 0,05$ dan $r_{\text{tabel}} = 0,294$, uji validitas dinyatakan valid apabila $r_{\text{hitung}} < r_{\text{tabel}}$

a) Uji Validitas Variabel X1 (Religiusitas)

Tabel 4.3
Uji Validitas Variabel Religiusitas

Nomor soal	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
X1.1	0,751	0,294	Valid
X1.2	0,8	0,294	Valid
X1.3	0,851	0,294	Valid
X1.4	0,81	0,294	Valid
X1.5	0,732	0,294	Valid

Sumber : Data primer diolah 2020

Dari tabel 4.3 dapat diketahui bahwa hasil dari perhitungan masing - masing pertanyaan pada variabel

Religiusitas memiliki nilai $r_{hitung} > 0,294$ (r_{tabel}) sehingga dapat dikatakan bahwa seluruh variabel yang ada pada instrumen pertanyaan religiusitas dalam penelitian dinyatakan valid.

b) Uji Validitas Variabel X2 (Pengetahuan)

Tabel 4.4

Uji Validitas Variabel Pengetahuan

Nomor soal	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
X2.1	0,918	0,294	Valid
X2.2	0,949	0,294	Valid
X2.3	0,906	0,294	Valid

Sumber : Data primer diolah 2020

Dari tabel 4.4 dapat diketahui bahwa hasil dari perhitungan masing - masing pertanyaan pada variabel pengetahuan memiliki nilai $r_{hitung} > 0,294$ (r_{tabel}) sehingga dapat dikatakan bahwa seluruh variabel yang ada pada instrumen pertanyaan pengetahuan dalam penelitian dinyatakan valid.

c) Uji Validitas Variabel X3 (Lokasi)

Tabel 4.5

Uji Validitas Variabel Lokasi

Nomor soal	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
X3.1	0,902	0,294	valid
X3.2	0,935	0,294	Valid
X3.3	0,887	0,294	Valid

X3.4	0,909	0,294	Valid
X3.5	0,837	0,294	Valid

Sumber : Data primer diolah 2020

Dari tabel 4.5 dapat diketahui bahwa hasil dari perhitungan masing - masing pertanyaan pada variabel lokasi memiliki nilai $r_{hitung} > 0,294$ (r_{tabel}) sehingga dapat dikatakan bahwa seluruh variabel yang ada pada instrumen pertanyaan lokasi dalam penelitian dinyatakan valid.

d) Uji Validitas Variabel X4 (Informasi)

Tabel 4.6

Uji Validitas Variabel Informasi

Nomor soal	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
X4.1	0,686	0,294	Valid
X4.2	0,852	0,294	Valid
X4.3	0,60	0,294	Valid

Sumber : Data primer diolah 2020

Dari tabel 4.6 dapat diketahui bahwa hasil dari perhitungan masing - masing pertanyaan pada variabel informasi memiliki nilai $r_{hitung} > 0,294$ (r_{tabel}) sehingga dapat dikatakan bahwa seluruh variabel yang ada pada instrumen pertanyaan informasi dalam penelitian dinyatakan valid.

e) Uji Validitas Variabel X5 (Kualitas Produk)

Tabel 4.7**Uji Validitas Variabel Kualitas Produk**

Nomor soal	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
X5.1	0,885	0,294	Valid
X5.2	0,8	0,294	Valid
X5.3	0,885	0,294	Valid
X5.4	0,934	0,294	Valid
X5.5	0,86	0,294	Valid

Sumber : Data primer diolah 2020

Dari tabel 4.7 dapat diketahui bahwa hasil dari perhitungan masing - masing pertanyaan pada variabel kualitas produk memiliki nilai $r_{hitung} > 0,294$ (r_{tabel}) sehingga dapat dikatakan bahwa seluruh variabel yang ada pada instrumen pertanyaan kualitas produk dalam penelitian dinyatakan valid.

f) Uji Validitas Variabel Y (Minat karyawan)

Tabel 4.8**Uji Validitas Variabel Minat karyawan**

Nomor soal	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Y.1	0,905	0,294	Valid
Y.2	0,94	0,294	Valid
Y.3	0,935	0,294	Valid
Y.4	0,916	0,294	Valid

Sumber : Data primer diolah 2020

Dari tabel 4.8 dapat diketahui bahwa hasil dari perhitungan masing - masing pertanyaan pada variabel minat karyawan nilai $r_{hitung} > 0,294$ (r_{tabel}) sehingga dapat dikatakan bahwa seluruh variabel yang ada pada instrumen pertanyaan minat karyawan dalam penelitian dinyatakan valid.

2) Uji Reliabilitas

Reliabilitas artinya dapat dipercaya juga dapat diandalkan. Reliabilitas menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur didalam mengukur gejala yang sama, dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran teknik Cronbach Alpha, dimana alat ukur dikatakan reliabel jika nilai Cronbach Alpha $> 0,50$. Adapun hasil dari uji reliabilitas sebagai berikut:

Tabel 4.9

Hasil Uji Reliabilitas

	Cronbach Alpha	N of Item	$\alpha = 0,50$	Keterangan
X1	0,944	5	0,50	Reliabel
X2	0,941	3	0,50	Reliabel
X3	0,945	5	0,50	Reliabel
X4	0,948	3	0,50	Reliabel
X5	0,944	5	0,50	Reliabel
Y	0,941	4	0,50	Reliabel

Sumber : Data Primer diolah 2020

Berdasarkan hasil dari tabel 4.9 diatas, dapat diketahui bahwa seluruh variabel memiliki nilai *Cronbach Alpha* yang bervariasi dan lebih besar dari nilai 0,50. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa alat ukur atau instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah reliabel.

b. Uji Normalitas

Uji normalitas ini bertujuan untuk menguji apakah model dalam regresi, variabel dependen dan variabel independen semuanya memiliki kontribusi normal (residual) atau tidak menggunakan uji *kolmogorov-smirnov* . Berikut ini disajikan hasil uji normalitas data dari penelitian yang sudah dilakukan:

Tabel 4.10
Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		47
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,13463034
Most Extreme Differences	Absolute	,115
	Positive	,115
	Negative	-,086
Test Statistic		,115
Asymp. Sig. (2-tailed)		,155 ^c

a. Test distribution is Normal.

Sumber : *Data Primer diolah 2020*

Dari data tabel diatas hasil uji normalitas diketahui signifikansi $0,155 > 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

c. Uji Homogenitas

Uji homogenitas dilakukan untuk mengetahui apakah data yang diperoleh dari dua kelompok memiliki varian yang homogen atau tidak. Jika nilai signifikansi $> 0,05$ data tersebut dapat dikatakan homogen. Berikut ini disajikan hasil uji homogenitas data dari penelitian yang sudah dilakukan:

Tabel 4.11

Uji Homogenitas

Test of Homogeneity of Variances

MINAT KARYAWAN

	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
RELIGIUSITAS	3,326	9	36	,005
PENGETAHUAN	2,083	5	40	,088
LOKASI	5,451	9	35	,000
INFORMASI	4,315	6	38	,002
KUALITAS PRODUK	11,114	6	36	,000

Sumber : Data Primer diolah 2020

Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa variabel Pengetahuan (X2) merupakan distribusi data homogen, dan variabel Religiusitas (X1) , Lokasi (X3), Informasi (X4), dan Kualitas produk (X5) merupakan bukan data homogen, karena nilai signifikasinya $< 0,05$

d. Asumsi klasik Multikolinearitas, Autokolerasi, dan Heterokedastisitas

1) Uji Multikolinearitas

Pengujian multikolinearitas dilakukan untuk menjelaskan kemungkinan terdapatnya pengaruh antara variabel independen

dengan variabel independen yang lain. Jika nilai VIF <10 dan tolerance >0,1 maka dapat dikatakan tidak ada masalah multikolinearitas. Berikut hasil uji multikolinearitas

Tabel 4.12

Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
RELIGIUSITAS	,380	2,630
PENGETAHUAN	,190	5,251
LOKASI	,402	2,486
INFORMASI	,864	1,157
KUALITAS PRODUK	,165	6,046

a. Dependent Variable: MINAT KARYAWAN

Sumber : Data Primer diolah 2020

Berdasarkan tabel 4.12 di atas, hasil uji Variance Inflation Faktor (VIF) pada hasil output SPSS tabel Coefficients. Masing-masing variabel bebas memiliki nilai VIF < 10 dan nilai Tolerance > 0,01 maka dapat disimpulkan bahwa model regresi linear berganda tidak terdapat multikolinearitas antara variabel terikat dengan variabel bebas sehingga dapat digunakan dalam penelitian.

2) Uji Autokorelasi

Pada penelitian ini untuk menguji ada tidaknya gejala autokorelasi menggunakan uji Durbin-Watson(DW test). Dimana

tidak ada gejala autokorelasi, jika nilai DW terletak diantara d_u sampai dengan $(4-d_u)$. Berikut hasil uji autokorelasi

Tabel 4.13

Uji Autokoelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,917 ^a	,841	,821	1,091	2,342

Sumber : Data Primer diolah 2020

Dari tabel 4.13 nilai Durbin Watson (DW) adalah 2,342 untuk mencari nilai d_u dan d_l dapat dilihat berdasarkan tabel distribusi DW, dimana pada N (jumlah responden) adalah 47 dan K (jumlah variabel independen) adalah 5. Dari tabel tersebut nilai d_u 1,7736 dan d_l 1,3073. Berikut hasil akhir dari uji autokorelasi

Tabel 4.14

Pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi

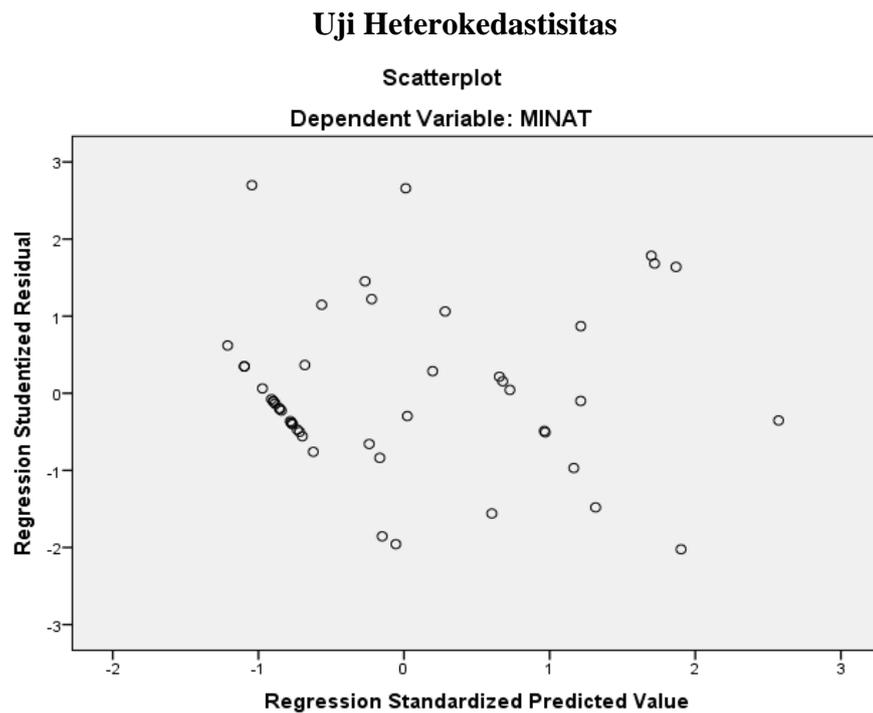
Hipotesis Nol	Keputusan	Jika	Hasil	Ket
Tidak ada autokorelasi positif	Tolak	$0 < d < d_l$	$0 < 2,342 < 1,3073$	x
Tidak ada autokorelasi positif	No Decision	$d_l \leq d \leq d_u$	$1,3073 \leq 2,342 \leq 1,7736$	x
Tidak ada korelasi		$4 - d_l < d < 4$	$4 - 1,3073 (2,6927) < 2,342 < 4$ $2,6927 < 2,342 < 4$	x
Ada korelasi negatif	Tolak	$4 - d_u \leq d \leq 4 - d_l$	$4 - 1,7736 (2,2264) \leq 2,342 \leq 4 - 1,3073$ $2,2264 \leq 2,342 \leq 2,627$	√
Tidak ada autokorelasi, positif atau negatif	No Decision Tidak Ditolak	$d_u < d < 4 - d_u$	$1,7736 < 2,342 < 4 - 1,7736$ $1,7736 < 2,342 < 2,2264$	x

Dapat disimpulkan dari tabel diatas bahwa terdapat korealisasi negatif.

3) Uji Heterokedastisitas

Dasar pengambilan keputusan pada uji heterokedastitas, jika ada data yang membentuk pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu dan teratur (bergelombang, melebar kemudian menyemping) maka terjadi Heterokedastisitas, dan jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 maka tidak terjadi Heterokedastisitas. Berikut hasil uji heterokedastitas

Gambar 4.2



Sumber : Data Primer diolah 2020

Dari gambar 4.1 diatas dapat lihat bahwa gambar tidak membentuk pola gelombang, tidak melebar kemudian menyempit dan titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0. Dengan

demikian, maka asumsi uji ini dapat disimpulkan tidak ada gejala heterokedastitas.

2. Pengujian Hipotesis

Pada pengujian hipotesis, penelitian ini menggunakan metode regresi linear berganda, dan uji statistik dengan menggunakan test.

a. Uji Regresi Linier Berganda

Analisa regresi berganda digunakan untuk memprediksi atau menaksir (estimasi) besarnya nilai suatu variabel terhadap variabel lainnya. Dalam penelitian ini variabel (Y) Minat karyawan yang selanjutnya dihubungkan dengan lima variabel bebas yakni X1 = Religiusitas, X2 = Pengetahuan, X3 = Lokasi, X4 = Informasi dan X5 = Kualitas produk.

Tabel 4.15

Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-2,093	1,528		-1,370	,178
RELIGIUSITAS	,283	,094	,304	3,008	,004
PENGETAHUAN	,133	,184	,103	,721	,475
LOKASI	,012	,080	,015	,150	,882
INFORMASI	,158	,099	,108	1,607	,116
KUALITAS PRODUK	,426	,119	,550	3,589	,001

a. Dependent Variable: MINAT KARYAWAN

Sumber : Data Primer diolah 2020

Dari tabel diatas dapat disusun persamaan sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5$$

$$Y = -2,093 + 0,283 X_1 + 0,133 X_2 + 0,012 X_3 + 0,158 X_4 + 0,426 X_5$$

Hasil dari perhitungan yang telah dilakukan menghasilkan suatu persamaan yang menunjukkan bahwa nilai X merupakan regresi yang diasumsikan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta (β_0) sebesar -2,093 artinya apabila Religiusitas (X1), Pengetahuan (X2), Lokasi (X3), Informasi (X4), dan Kualitas Produk (X5) dalam keadaan konstan atau 0, maka Customer Retention (Y) nilainya sebesar -2,093.
2. Religiusitas (X1) memiliki pengaruh positif terhadap Minat karyawan (Y) dengan nilai (β_1) sebesar 0,283.
3. Pengetahuan (X2) memiliki pengaruh positif terhadap Minat karyawan (Y) dengan nilai (β_1) sebesar 0,133
4. Lokasi (X3) memiliki pengaruh positif terhadap Minat karyawan (Y) dengan nilai (β_1) sebesar 0,012
5. Informasi (X4) memiliki pengaruh positif terhadap Minat karyawan (Y) dengan nilai (β_1) sebesar 0,158
6. Kualitas Produk (X5) memiliki pengaruh positif terhadap Minat karyawan (Y) dengan nilai (β_1) sebesar 0,426

b. Uji Hipotesis

Untuk membuktikan hipotesis yang dirumuskan dalam penelitian ini dilakukan uji t dan uji f.

1. Uji Parsial (Uji-t)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen secara individu berpengaruh signifikan atau tidak terhadap variabel dependen. Dimana jika $\text{sig} < 0,05$ maka variabel independen secara individu berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Hasil pengujian dapat dilihat sebagai berikut .

Tabel 4.16

Uji t

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-2,093	1,528		-1,370	,178
RELIGIUSITAS	,283	,094	,304	3,008	,004
PENGETAHUAN	,133	,184	,103	,721	,475
LOKASI	,012	,080	,015	,150	,882
INFORMASI	,158	,099	,108	1,607	,116
KUALITAS PRODUK	,426	,119	,550	3,589	,001

a. Dependent Variable: MINAT KARYAWAN

Sumber : Data Primer diolah 2020

Berdasarkan hasil pengolahan uji statistik pada tabel 4.16 di atas, hasil uji t dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Berdasarkan tabel 4.16 di atas, dapat diketahui nilai (sig) $0,004 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak, artinya bahwa variabel religiusitas (X_1) berpengaruh secara parsial terhadap minat karyawan

2. Berdasarkan tabel 4.16 di atas, dapat diketahui nilai (sig) $0,475 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa H_a ditolak dan H_o diterima, artinya bahwa variabel pengetahuan (X2) tidak berpengaruh secara parsial terhadap minat karyawan
3. Berdasarkan tabel 4.16 di atas, dapat diketahui nilai (sig) $0,882 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa H_a ditolak dan H_o diterima, artinya bahwa variabel lokasi (X3) tidak berpengaruh secara parsial terhadap minat karyawan
4. Berdasarkan tabel 4.16 di atas, dapat diketahui nilai (sig) $0,116 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa H_a ditolak dan H_o diterima, artinya bahwa variabel informasi (X4) tidak berpengaruh secara parsial terhadap minat karyawan
5. Berdasarkan tabel 4.16 di atas, dapat diketahui nilai (sig) $0,001 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_o ditolak, artinya bahwa variabel kualitas produk (X5) berpengaruh secara parsial terhadap minat karyawan

2. Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel religiusitas (X1), pengetahuan (X2), lokasi (X3), informasi (X4), dan Kualitas produk (X5) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Minat (Y). Jika nilai signifikan $< 0,05$ maka terdapat pengaruh yang signifikan terhadap Minat karyawan. Hasil dari penelitian dapat dilihat pada tabel berikut ini

Tabel 4.17**Uji F**

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	257,636	5	51,527	43,301	,000 ^b
	Residual	48,789	41	1,190		
	Total	306,426	46			

a. Dependent Variable: MINAT

b. Predictors: (Constant), KUALITAS PRODUK, INFORMASI, LOKASI, RELIGIUSITAS, PENGETAHUAN

Sumber : *Data Primer diolah 2020*

Berdasarkan tabel 4.17 di atas, hasil pengolahan uji statistik secara bersama-sama menggunakan SPSS yang menguji antara variabel religiusitas (X1), pengetahuan (X2), lokasi (X3), informasi (X4), dan Kualitas produk (X5) terhadap Minat karyawan (Y) maka diperoleh nilai signifikan F hitung sebesar 43,301 dengan tingkat signifikansi 0.000 atau dibawah standar 0.05 yang berarti religiusitas (X1), pengetahuan (X2), lokasi (X3), informasi (X4), dan Kualitas produk (X5) secara simultan berpengaruh terhadap Minat karyawan.

C. Pembahasan

1. Pengaruh religiusitas terhadap minat karyawan dalam memilih produk perbankan syariah pada Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa (DPMD) Provinsi Bengkulu.

Hasil perhitungan regresi menunjukkan bahwa nilai signifikan uji t sebesar $0,004 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_o

ditolak, artinya bahwa variabel Religiusitas berpengaruh terhadap Minat karyawan pada Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa (DPMD) Provinsi Bengkulu.

2. Pengaruh pengetahuan terhadap minat karyawan dalam memilih produk perbankan syariah pada Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa (DPMD) Provinsi Bengkulu.

Hasil perhitungan regresi menunjukkan bahwa nilai signifikan uji t sebesar $0,475 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa H_a ditolak dan H_o diterima, artinya bahwa variabel Pengetahuan tidak berpengaruh terhadap Minat karyawan pada Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa (DPMD) Provinsi Bengkulu.

3. Pengaruh lokasi terhadap minat karyawan dalam memilih produk perbankan syariah pada Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa (DPMD) Provinsi Bengkulu.

Hasil perhitungan regresi menunjukkan bahwa nilai signifikan uji t sebesar $0,882 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa H_a ditolak dan H_o diterima, artinya bahwa variabel lokasi tidak berpengaruh terhadap Minat karyawan pada Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa (DPMD) Provinsi Bengkulu.

4. Pengaruh informasi terhadap minat karyawan dalam memilih produk perbankan syariah pada Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa (DPMD) Provinsi Bengkulu.

Hasil perhitungan regresi menunjukkan bahwa nilai signifikan uji t sebesar $0,116 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa H_a ditolak dan H_0 diterima, artinya bahwa variabel informasi tidak berpengaruh terhadap Minat karyawan pada Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa (DPMD) Provinsi Bengkulu

5. Pengaruh kualitas produk terhadap minat karyawan dalam memilih produk perbankan syariah pada Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa (DPMD) Provinsi Bengkulu.

Hasil perhitungan regresi menunjukkan bahwa nilai signifikan uji t sebesar $0,001 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak, artinya bahwa variabel kualitas produk berpengaruh terhadap Minat karyawan pada Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa (DPMD) Provinsi Bengkulu.

6. Pengaruh religiusitas, pengetahuan, lokasi, informasi, dan kualitas produk terhadap minat karyawan dalam memilih produk perbankan syariah pada Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa (DPMD) Provinsi Bengkulu

Hasil perhitungan regresi menunjukkan bahwa nilai signifikan uji F sebesar $0,0000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak, artinya bahwa variabel religiusitas, pengetahuan, lokasi, informasi, dan kualitas produk berpengaruh terhadap minat karyawan dalam memilih produk perbankan syariah pada Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa (DPMD) Provinsi Bengkulu

7. Faktor yang paling dominan mempengaruhi minat karyawan Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa (DPMD) Provinsi Bengkulu.

Dari Hasil perhitungan regresi dari 5 variabel, yaitu religiusitas, pengetahuan, lokasi, informasi, dan kualitas produk menunjukkan bahwa nilai signifikan uji t pada variabel kualitas produk yaitu 0,001 dan memiliki nilai beta terbesar yaitu 0,426. Hasil tersebut merupakan nilai signifikan pada uji t yang paling terkecil diantara variabel lainnya dan nilai beta terbesar dari variabel lainnya, maka dapat disimpulkan variabel kualitas produk merupakan variabel atau faktor yang paling dominan berpengaruh terhadap Minat karyawan dalam memilih produk perbankan syariah pada Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa (DPMD) Provinsi Bengkulu.

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilaksanakan, maka penulis menyimpulkan sebagai berikut :

1. Religiusitas berpengaruh terhadap Minat Karyawan pada DPMD Provinsi Bengkulu. Hal tersebut ditunjukkan dari hasil analisis regresi linier berganda yang diperoleh nilai (sig) $0,004 < 0,05$. Artinya Religiusitas berpengaruh signifikan terhadap Minat Karyawan.
2. Pengetahuan tidak berpengaruh terhadap Minat Karyawan pada DPMD Provinsi Bengkulu. Hal tersebut ditunjukkan dari hasil analisis regresi linier berganda yang diperoleh nilai (sig) $0,475 < 0,05$. Artinya Pengetahuan tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Karyawan.
3. Lokasi tidak berpengaruh terhadap Minat Karyawan pada DPMD Provinsi Bengkulu. Hal tersebut ditunjukkan dari hasil analisis regresi linier berganda yang diperoleh nilai (sig) $0,882 < 0,05$. Artinya Lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Karyawan.
4. Informasi tidak berpengaruh terhadap Minat Karyawan pada DPMD Provinsi Bengkulu. Hal tersebut ditunjukkan dari hasil analisis regresi linier berganda yang diperoleh nilai (sig) $0,116 < 0,05$. Artinya Informasi tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Karyawan.
5. Kualitas produk berpengaruh terhadap Minat Karyawan pada DPMD Provinsi Bengkulu. Hal tersebut ditunjukkan dari hasil analisis regresi

linier berganda yang diperoleh nilai (sig) $0,0000 < 0,05$. Artinya kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap Minat Karyawan.

6. Faktor yang paling dominan adalah kualitas produk. Hal tersebut dari nilai signifikan uji t pada variabel kualitas produk yaitu 0,001 dan memiliki nilai beta terbesar yaitu 0,426.

B. Saran

Berdasarkan penulisan penelitian ini, peneliti menyadari masih banyak terdapat kekurangan didalamnya. Untuk itu, peneliti memberikan saran agar dapat menjadi bahan pertimbangan dan penyempurnaan penelitian selanjutnya terkait dengan penelitian yang serupa. Maka penulis menyarankan beberapa hal sebagai berikut .

1. Bagi perbankan syariah
 - a. Membuat acara keIslaman untuk mendekatkan diri kepada karyawan/masyarakat
 - b. Pemilihan lokasi yang strategis, aman, dan nyaman demi meningkatkan minat karyawan/masyarakat
 - c. Mensosialisasi tentang perbankan syariah baik berupa pengenalan produk dan jasa melalui media massa dan media elektronik, ceramah dan lain-lain kepada karyawan masyarakat
 - d. Meningkatkan kualitas produk syariah agar tidak tertinggal dari produk konvensional
2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan mengembangkan penelitian ini sebagai acuan untuk penelitian selanjutnya seperti penambahan teori

baru, metode, dan alat uji berbeda dengan objek penelitian yang lain. Dan diharapkan peneliti yang akan datang jumlah sample yang digunakan lebih banyak, agar hasil analisis penelitian yang didapatkan akan lebih akurat.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali Muhidin sambas dan Maman Abdurahman, *Analisis Korelasi Regresi dan Jalur dalam Penelitian* Bandung: Pustaka Setia, 2011
- Assauri Sofyan, *Bank Syariah: Dari teori ke Praktik* Jakarta:Gema Insani, 2001
- Asadi, *Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Minuman Teh Rio di kec. Bangil pasuruan*, Jurnal No.3 2018
- Aulia Viranti Firza dan Adhitya Ginanjar “*Influence of Facilities, Promotion, Product and Location Islamic Banking on Decision Non Muslim Customers Patronizing at BRIS Case Study in BRI Syariah*” The Journal of Tauhidinomics Vol. 1 No. 1 2015
- Dayyan Muhammad, Fahriansah, Juprianto “*Analisis Minat Masyarakat Muslim Menjadi Nasabah Banksyariah (Studi Kasus Di Gampong Pondok Kemuning)* Jurnal Ilmiah mahasiswa (JIM) Vol1 No.1 2017
- D Ancok dan Suroso, *Psikologi Islami*, Yogyakarta: Penerbit Pustaka Pelajar, 2001.
- Fatmawati Desi, *Pengaruh Pendapatan, Religiusitas, dan Informasi Terhadap Intensi Menabung di Bank Syariah pada Kalangan Santri Mahasiswa PP. Wahid Hasyim Skripsi Sarjana Fakultas Ekonomi*, 2015.
- Firza Aulia Viranti dan Adhitya Ginanjar, “*Influence of Facilities, Promotion, Product and Location Islamic Banking on Decision Non Muslim Customers Patronizing at BRISCase Study in BRI Syariah*”, *The Journal of Tauhidinomics Vol. 1 No. 1* 2015
- Ghufron M.N, & R. Risnawita, *Teori-Teori Psikologi* Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2010
- <https://www.ojk.go.id>, pada hari jumat, tanggal 28 Februari 2020, Pukul 10.23
- Imam Wahjono, Sentot, *Manajemen Pemasaran Bank*, Yogyakarta : Graha Ilmu, 2010.
- Jalaluddin, *Psikologi Agama*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2010
- Jihad Asep dan Abdul Haris, *Evaluasi Pembelajaran*, Yogyakarta: Multi Pressindo, 2013

- Jogiyanto Hartono, *Analisis dan Desain*, Yogyakarta: Andi Offset, 2004
- Kotler Philip, dkk, *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia*, Yogyakarta: ANDI, 2000
- Lucas.& Britt, *Advertising Psychology and Research*, New York: McGraw-Hill, 1950
- Mappiare Andi, *Psikologi Remaja*, Surabaya: Usaha Nasional, 1997.
- Muhidin Sambas Ali dan Maman Abdurahman, *Analisis Korelasi Regresi dan Jalur dalam Penelitian* Bandung: Pustaka Setia,
- Nasir Muhammad, Mukhlis dan Miskarina, “*Pengetahuan Masyarakat Umum Dan Masyarakat Santri Terhadap Bank Syariah ,*” *Journal Of Economic Management & Business*, Vol. 17, No. 1
- Notoatmodjo Soekidjo, *Pengembangan Sumber Daya Manusia*, Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2003.
- Eka Novitasari Eka, *Pengaruh Lokasi, Produk, Reputasi, dan Pelayanan terhadap Keputusan Mahasiswa Iain Surakarta Menggunakan Bank Syariah*, Surakarta: Skripsi Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, 2017.
- Pusat Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia, edisi keempat* Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2008.
- Saleh Abdul Rahman, Muhibb Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar dalam Perspektif Islam*, Jakarta : Kencana. 2004
- Samsudin Ahmad, *Analisis Minat Masyarakat Terhadap Produk Perbankan Syariah Di Kabupaten Tangerang* Jakarta: Skripsi Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis, 2017.
- Silalahi Ulber, *Metode Penelitian Sosial* Bandung: PT Revika Aditama, 2012.
- Slameto, *Belajar dan Faktor yang Mempengaruhinya*. Jakarta: Rineka Cipta, 2003.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi Cet: III* Bandung:Alfabeta, 2012.

- Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2008
- Sumarwan, Ujang, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2011.
- Syofian Siregar. *Statistik Parametrik untuk penelitian Kuantitatif* , Jakarta: Bumi Aksara, 2014
- Thouless, *Pengantar Psikologi Agama*, Jakarta: PT Raja Grafindo, 2000
- Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Andi Ofset, 2001
- Tjiptono. *Manajemen Pemasaran dan Analisa Perilaku Konsumen*, Yogyakarta: BPFE, 2001
- Utami Wahyu, Marijati Sangen, M. Yudy , “*Analisis Pengaruh Religiusitas, Kelompok Referensi Dan Motivasi Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah (Studi Pada Nasabah Bank Syariah Di Kota Banjarmasin)*”, Salatiga: Skripsi Sarjana Fakultas Ekonomi, 2015.
- Wawancara dengan Ardiles Nur,STP.,M.Si, hari selasa tanggal 18 April 2019 di Kantor Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa (DPMD) Provinsi Bengkulu.
- Widyan Priaji Vita, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Intensi Menabung di Bank Syariah, ,Skripsi, Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta: Skripsi Sarjana Fakultas Psikologi*, 2011.
- Yakub, *Pengantar Sistem Informasi*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012
- Yamit Zulain, *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa Yogyakarta* : Eksponia, 2004
- Yanti Uni, *Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Nasabah Menabung di Bank Syariah*, Makasar: Skripsi Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, 2018

LAMPIRAN



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
 INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BENGKULU
 FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Bengkulu
 Telepon (0736) 51171, 51172, 51276 Fax. (0736) 51171

I. IDENTITAS MAHASISWA

NAMA : Andea Veronica Muslim
 NIM : 1611190012
 PRODI : Perbankan Syariah
 SEMESTER :

JUDUL YANG DIAJUKAN :

1. Analisis Minat karyawan terhadap produk bank syariah (studi kasus karyawan P.PMD Provinsi Bengkulu)
- ② Pengaruh religiusitas, pengetahuan, lokasi, informasi, dan produk terhadap minat karyawan dalam produk perbankan syariah (studi P.PMD kota Bengkulu)
3.

II. PROSES KONSULTASI

a. Konsultasi dengan Pengelola Perpustakaan Fakultas

Catatan No. 1 → sudah ada us. member

Pengelola Perpustakaan

[Signature]
 26/10/19

b. Konsultasi dengan Pembimbing Akademik

Catatan No. 2 dapat dilanjutkan ke proposal lengkap dengan melengkapi data awal.

Pembimbing Akademik

[Signature]

c. Konsultasi dengan Kaprodi

Catatan peneliti meneliti mengenai hubungan antar variabel dalam proposal, sehingga judul diganti menjadi hubungan, pengaruh (dari) berkegiatan dgn bank syariah namun salah penulisan, sehingga terahati ke judul awal

Kaprodi

29/10/2019
[Signature]
 Yost A

III. JUDUL YANG DIUSULKAN

Setelah konsultasi dengan Pengelola Perpustakaan, Pembimbing Akademik dan Kaprodi, judul yang diusulkan adalah: PENGARUH RELIGIUSITAS, PENGETAHUAN, LOKASI, INFORMASI DAN PRODUK TERHADAP MINAT KARYAWAN DALAM PRODUK PERBANKAN SYARIAH
 Bengkulu, 3 Oktober 2019

Mengetahui
 Kajar. *[Signature]*
 Desi Kurni, M.A

Mahasiswa
[Signature]
 Andea Veronica M

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
 INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BENGKULU
 FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Bengkulu
 Telepon (0736) 51171, 51172, 51276 Fax (0736) 51171

BUKTI MENGHADIRI SEMINAR PROPOSAL

Nama : Andea Veronica Muslim
 Nim : 1611140012
 Jurusan/ Prodi : Perbankan Syariah

No	Hari/ Tanggal	Nama Mahasiswa	Judul-Proposal	Nama Penguji	Tanda Tangan Penguji
1.	Kamis 17-Jan-2019	Dwi Wahyuni P 1516140163 Perbankan Syariah	Pengaruh service excellent terhadap citra bank negara Indonesia (BNI) syariah cabang Pintu Batu Kota Bengkulu	1. Andang Swarto Ph.D 2. Yunda een Priyanti, M.Si	1. 2.
2.	Kamis 17-Jan-2019	Nur Ainun 1516140001 Perbankan Syariah	Pengaruh Quality of work life dan work environment terhadap kinerja karyawan pada Bank Mandiri Syariah BR	1. Dr. Asnaini, MA 2. Yosy Ari Sandy, M.M	1. 2.
3.	Kamis 31-Jan-2019	Nurfitriani Ukht 1516140272 Perbankan Syariah	Analisis Pemahaman masyarakat tentang pembiayaan bermakalah di BRI syariah studi keturahan sumber jaya kec. tampung melong	1. Dra. Fatimah, MA 2. Idwal B. M.A	1. 2.
4.	Kamis 31-Jan-2019	Indah Permata Sari 1516140215 Perbankan Syariah	Peran Mahasiswa Fakultas ekonomi dan bisnis Islam terhadap Persepsi Masyarakat tentang perbankan syariah	1. Dra. Fatimah, MA 2. Desi Isnaini, MA	1. 2.
5.	Kamis 07-Feb-2019	Dewi Apriani 15161400046 Perbankan syariah	Analisis minat masyarakat tentang produk hasanah card pada BNI syariah cabang kota Bengkulu	1. Dr. Asnaini, MA 2. Andi Harpeni Utom	1. 2.
6.	Kamis 07-Feb-2019	Dea Prista Febriani 1516140203	Analisis Common Size Pada laporan keuangan PT. Bank BRI Syariah Tbk periode tkr 2015 - 2018	1. Dra. Fatimah, MA 2. Yetti Afrida Wira M. Ak	1. 2.
7.	Kamis 14-Feb-2019	Nidi Hadimansyah 1516160018	Potensi Zakat ternak di Kecamatan kelam tangah kabupaten kaur	1. Dr. Asnaini, MA 2. Nilda susilawati, M.Ag	1. 2.
8.	Kamis 14-Feb-2019	Nurriyani syafiqi 1516130047	Analisis Perbandingan Home based pada proses produksi Lempe di tingkat dari etika bisnis Islam (studi kasus usaha per. PA idan faktor di tingkat perijabatan seluma)	1. Dr. Khairuddin wahid, M.Ag 2. Nilda susilawati, M. Ag	1. 2.

Mengetahui,
 Kajar

Desi Isnaini, M.A
 NIP. 197412022006042001



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
BENGKULU

Jalan Raden Fatah Pagar Dowa Kota Bengkulu 38211
Telepon (0736) 51276-51171-51172-53879 Faksimili (0736) 51171-51172
Website: www.iainbengkulu.ac.id

DAFTAR HADIR SEMINAR PROPOSAL MAHASISWA

Hari/Tanggal : Kamis / 28 November 2019
Nama Mahasiswa : Anden Veronika Musim
NIM : 1611140012
Jurusan/Prodi : Ekonomi Islam / Perbankan Syariah

Judul Proposal	Tanda Tangan Mahasiswa	Penyeminar
Pengaruh integritas, pengetahuan, lokasi, informasi, dan kualitas produk terhadap karyawan dalam memilih produk Perbankan Syariah		

Mengetahui,

Dekan
Wakil Dekan I,



Dr. Nufus Hak, M.A.

NIDN 06606161995031003

Catatan:
Mohon Berkas ini dikembalikan kepada Pengelola
Fotokopi dan Cap 1 (Satu) Rangkap

HALAMAN PENGESAHAN

Proposal Skripsi berjudul "Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan, Lokasi, Informasi, dan Kualitas Produk terhadap Minat Karyawan dalam Memilih Produk perbankan Syariah (Studi Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa Kota Bengkulu)" yang disusun oleh :

Nama : Andea Veronica Muslim

NIM : 1611140012

Prodi : Perbankan Syariah

Telah diseminarkan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu pada :

Hari : Kamis

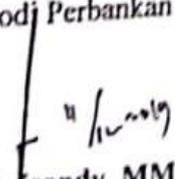
Tanggal : 28 November 2019

Dan telah diperbaiki sesuai saran-saran penyeminar. Oleh karenanya sudah dapat diusulkan kepada jurusan untuk ditunjuk Tim Pembimbing Skripsi.

Bengkulu, November 2019 M
Rabi'ul Awal 1441 H

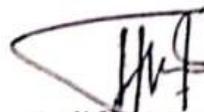
Mengetahui, *

Ka. Prodi Perbankan Syariah


Yosi Arisandy, MM

NIP. 198508012014032001

Penyeminar



Andi Harpen, M.Kom

NIDN.2014128401



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
BENGKULU

Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211
Telepon (0736) 51276-51171-51172-53879 Faksimili (0736) 51171-51172
Website: www.iainbengkulu.ac.id

SURAT PENUNJUKAN

Nomor: 2913/In.11/ F.IV/PP.00.9/12/2019

Dalam rangka penyelesaian akhir studi mahasiswa maka Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu dengan ini menunjuk Dosen :

1. N A M A : Dr. Nurul Hak, M. A.
NIP. : 196606161995031002
Tugas : Pembimbing I
2. N A M A : Andi Harpepen, M. Kom.
NIDN. : 2014128401
Tugas : Pembimbing II

Untuk membimbing, mengarahkan, dan mempersiapkan hal-hal yang berkaitan dengan penyusunan skripsi, kegiatan penelitian sampai persiapan ujian munaqasyah bagi mahasiswa yang namanya tertera di bawah ini :

- N A M A : Andea Veronica Muslim
NIM : 1611140012
JURUSAN : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : **Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan, Lokasi, Informasi, dan Kualitas Produk Terhadap Minat Karyawan Dalam Memilih Produk Perbankan Syariah (Studi Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa Kota Bengkulu)**

Demikian surat penunjukkan ini dibuat untuk diketahui dan dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Bengkulu

Pada Tanggal : 13 Desember 2019



Dr. Asnaini, MA
NIP. 197304121998032003

Disusun :

Wakil Rektor I
Dosen yang bersangkutan;
Mahasiswa yang bersangkutan;
Arsip.

HALAMAN PENGESAHAN

Proposal Skripsi berjudul "*Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan, Lokasi, Informasi, dan Kualitas Produk terhadap Minat Karyawan dalam Memilih Produk perbankan Syariah (Studi Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa Kota Bengkulu)*" yang disusun oleh:

Nama : Andea Veronica Muslim

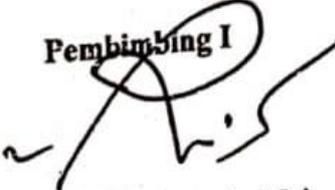
NIM : 1611140012

Prodi : Perbankan Syariah

Sudah diperbaiki sesuai saran-saran tim pembimbing. Selanjutnya dinyatakan memenuhi syarat ilmiah untuk diajukan Surat Izin Penelitian.

Bengkulu, Januari 2020 M
Jumadil Awal 1441 H

Pembimbing I


Dr. Nurul Hak, M.A
NIP.196606161995031002

Pembimbing II


Andi Harpepen, M.Kom
NIDN.2014128401

Mengetahui
Ka. Prodi Perbankan Syariah


Yosy Arisandy, MM
NIP. 198508012014032001



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
BENGKULU

Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211
Telepon (0736) 51276-51171-51172-53879 Faksimili (0736) 51171-51172
Website: www.iainbengkulu.ac.id

Nomor
Lampiran
Perihal

: 0123/In.11/F.IV/PP.00.9/01/2020

Bengkulu, 21 Januari 2020

: -

: Permohonan Izin Penelitian

Kepada Yth.
Kepala DPMPTSP Provinsi Bengkulu
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan penyelesaian Program Studi Sarjana S.1 pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu Tahun Akademik 2019/2020 atas nama:

Nama : Andea Veronica Muslim

NIM : 161 114 0012

Fakultas/ Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Perbankan Syariah

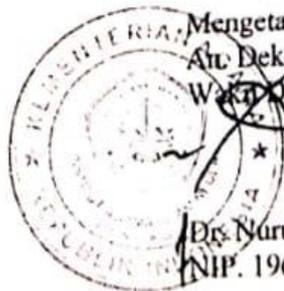
Dengan ini kami mengajukan permohonan izin penelitian untuk melengkapi data penulisan skripsi yang berjudul : "Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan, Lokasi, Informasi, dan Kualitas Produk Terhadap Minat Karyawan Dalam Memilih Produk Perbankan Syariah (Studi Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa Kota Bengkulu)".

Tempat penelitian: Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa (DPMD) Provinsi Bengkulu

Demikianlah atas perhatian dan kerjasama yang baik diucapkan terimakasih.

Mengetahui
At. Dekan,
Wakil Dekan I

Dr. Nurul Hak, M. A.
NIP. 196606161995031002





PEMERINTAH PROVINSI BENGKULU
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

Jl. Batang Hari No. 108, Kel. Padang Harapan, Kec. Gading Cempaka, Kota Bengkulu Telp : (0738) 22044 / Fax : (0736) 7342192
 Website : <https://www.dpmpstp.bengkuluprov.go.id> | Email : dpmpstp@bengkuluprov.go.id

BENGKULU 38223

REKOMENDASI

Nomor : 503/82.650/104/DPMPSTP-P.1/2020

TENTANG PENELITIAN

- Dasar :
1. Peraturan Gubernur Bengkulu Nomor 33 Tahun 2019 Tanggal 27 September 2019 Tentang Pendelegasian Sebagian Kewenangan Penandatanganan Perizinan dan Non Perizinan Pemerintah Provinsi Bengkulu Kepada Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Bengkulu.
 2. Surat dari Wakil Dekan Institut Agama Islam Negeri Bengkulu Nomor : 0123/In.11/F.IV/PP.00.9/01/2020, Tanggal 21 Januari 2020 Perihal Rekomendasi Penelitian. Permohonan Diterima Tanggal 30 Januari 2020 .

Nama / NPM : Andea Veronica Muslim
 Pekerjaan : Mahasiswi
 Maksud : Melakukan Penelitian

Judul Proposal : Analisis, Informasi, dan Kualitas Dalam Memilih Produk Berdayaan Masyarakat dan

Daerah Penelitian : Dinas Perencanaan M... an Desa (DPMD) Provinsi Bengkulu

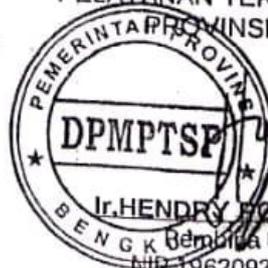
Waktu Penelitian : ...
 Penanggung Jawab : Wakil ... Bengkulu

- Rekomendasi ini merekomendasikan ... akan di lakukan dengan ...
- a. Sebelum me ... Bupati/ Walikota Cq. Kepala
 - b. Harus mentaa ...
 - c. Selesai melat ... penelitian kepada Kepala
 - d. Apabila masa ... pelaksanaan penelitian belum ... kepada instansi pemohon.
 - e. Rekomendasi ini ... Bengkulu, apabila ternyata pemegang ... ketentuan seperti tersebut di atas.

Demikian Rekomendasi ini dikeluarkan untuk ... sebagaimana mestinya

Ditetapkan di : Bengkulu
 Pada tanggal : 30 Januari 2020

a.n GUBERNUR BENGKULU
 KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL DAN
 PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
 PROVINSI BENGKULU



Ir. HENDRY FERWANTRISNO
 Bendahara Utama Muda
 NIP. 19620921 199003 1 003



Balai Sertifikasi Elektronik

KUESIONER PENELITIAN
PENGARUH RELIGIUSITAS, PENGETAHUAN, LOKASI, INFORMASI,
DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KARYAWAN DALAM
MEMILIH PRODUK PERBANKAN SYARIAH
(Studi Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa Prov. Bengkulu)

Assalamualaikum Wr Wb

Saudara/i Responden

Sehubungan dengan penelitian yang saya lakukan dalam rangka penulisan skripsi dengan judul "**Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan, Lokasi, Informasi, dan Kualitas Produk Terhadap Karyawan dalam Memilih Produk Perbankan Syariah (Studi Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa Prov Bengkulu**". Maka saya mohon kesediaan saudara/i untuk memberikan jawaban daftar kuesioner yang saya ajukan. Saya menjamin kerahasiaan identitas dan jawaban yang saudara/i berikan.

Atas bantuan dan kerjasama saudara/i, saya mengucapkan terimakasih.

Bengkulu, Januari 2020 M
Jumadil Awal 1441 H

Peneliti


Andea Veronica Muslim
NIM.1611140012

Mengetahui

Pembimbing II


Andi Harpeben, M.Kom
NIDN.2014128401

Pembimbing I


Dr. Nurul Hak, M.A
NIP.196606161995031002

DAFTAR PERTANYAAN (KUESIONER)
PENGARUH RELIGIUSITAS, PENGETAHUAN, LOKASI, INFORMASI,
DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT KARYAWAN DALAM
MEMILIH PRODUK PERBANKAN SYARIAH

(Studi Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa Prov Bengkulu)

A. Mohon berikan tanda (✓) pada kolom yang tersedia dengan jawaban yang Bapak/Ibu/Saudara/i anggap sesuai dengan kondisi yang berlaku pada tahun 2019-2020.

1. Nama : 1996.07.11.2020.1027
NIP : Bombau Sumantri

2. Jenis Kelamin

- Laki-laki
 Perempuan

3. Umur Bapak/Ibu /Saudara/i

- < 20 Tahun 31 - 40 Tahun > 50 Tahun
 21 - 30 Tahun 41 - 50 Tahun

4. Pendidikan terakhir

- SD SMA S2
 SMP S1 S3

5. Agama

- Islam Katholik
 Protestan Hindu
 Buddha Khonghucu

B. Pertanyaan umum

1. Saya mengetahui bank syariah dari :

- Keluarga Media Sosial Media Cetak
 Teman Internet Radio
 Iklan Televisi Lain-lain

Sebutkan:

*Boleh memilih lebih dari satu

2. Saya memiliki rekening tabungan di bank:
- Bank Pemerintah (Bank Mandiri, BRI, BNI dll)
 - Bank Swasta (BCA, CIMB, Danamon dll)
 - Bank Syariah (BSM, Bank Muamalat, BRIS, BNIS dll)
 - Bank Lain
3. Tujuan memiliki rekening Bank syariah :
- Rekening Gaji Deposito Giro
 - Tabungan Kredit Lainnya
4. Berapa besar uang yang di tabung per bulan:
- 500.000 – 1.000.000 3.000.000 – 5.000.000
 - 1.000.000 – 3.000.000 > 5.000.000

C. Pertanyaan Untuk Variabel Minat Memilih Perbankan Syariah di Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa

Berilah tanda (√) pada jawaban yang telah disediakan dengan memilih:

- 1. SS : Sangat setuju, skor 5
- 2. S : Setuju, skor 4
- 3. RR : Ragu-ragu, skor 3
- 4. TS : Tidak setuju, skor 2
- 5. STS : Sangat tidak setuju, skor 1

1. Relegiusitas

No	Pertanyaan	SS	S	RR	TS	STS
1.	Saya hanya bersedia menabung di Bank yang dihalalkan oleh islam		✓			
2.	Saya selalu menjalankan solat 5 waktu, puasa dibulan rahmadan, dan membayar zakat		✓			
3.	Ketika menghayati islam, saya merasakan ada kedamaian dalam kehidupan ini.		✓			
4.	Pengetahuan agama yang saya miliki mampu membimbing saya dalam kehidupan sehari-hari, termasuk pada saat memilih pembiayaan pada lembaga keuangan tertentu.		✓			
5.	Dengan menggunakan produk perbankan			✓		

syariah berarti saya telah melakukan investasi yang halal					
---	--	--	--	--	--

2. Pengetahuan

No	Pertanyaan	SS	S	RR	TS	STS
1.	Produk Perbankan Syariah memiliki layanan perbankan yang lengkap			✓		
2.	Saya memahami tata cara menabung di bank syariah.			✓		
3.	Saya mengetahui kegunaan produk pembiayaan bank syariah.			✓		

3. Lokasi

No	Pertanyaan	SS	S	RR	TS	STS
1.	Bank syariah berada di lokasi yang mudah di jangkau sarana transportasi umum.		✓			
2.	Tersedianya jaringan ATM yang tersebar luas sehingga mempermudah untuk di jangkau			✓		
3.	Bank syariah memiliki tempat parkir yang luas dan aman		✓			
4.	Lokasi bank syariah dekat dengan keramaian		✓			
5.	Bank syariah berada di tempat yang lingkungannya aman		✓			

4. Informasi

No	Pertanyaan	SS	S	RR	TS	STS
1.	Saya tidak mempunyai pengalaman apapun dengan bank syariah			✓		
2.	Saya mempelajari bank syariah ketika di kelas saat mengaji atau kuliah			✓		
3.	Iklan pada perbankan syariah sangat menarik, jelas, dan sudah menerangkan semua fasilitas yang ada			✓		

5. Kualitas Produk

No	Pertanyaan	SS	S	RR	TS	STS
1.	Saya tertarik dengan produk Perbankan syariah karena gedungnya nyaman dan strategis			✓		
2.	ATM tabungan bank syariah bisa di cantumkan nama pemilik			✓		
3.	Dengan adanya mobile banking memudahkan dalam bertansaksi			✓		
4.	Pelayanan di kantor Bank Syariah sangat cepat dan memuaskan			✓		
5.	Bank Syariah lebih stabil dan dapat dipercaya ketika sedang menghadapi krisis ekonomi			✓		

6. Minat

No	Pertanyaan	SS	S	RR	TS	STS
1.	Saya akan merekomendasikan produk bank syariah ke orang sekitar			✓		
2.	Sebelum saya berinteraksi dengan bank syariah saya sering bertanya informasi mengenai bank syariah kepada orang-orang disekitar saya.			✓		
3.	Saya berminat menggunakan produk Bank syariah			✓		
4.	Saya berminat menggunakan produk Bank syariah karena memiliki religiustitas yang tinggi			✓		



LEMBAR BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Andea Veronica Muslim Program Studi : Perbankan Syariah
 NIM : 1611190012 Pembimbing/II : Andi Harpepen, M.Kom
 Judul Skripsi : Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan, Lokasi, Informasi, dan Kualitas Produk terhadap Minat Karyawan dalam Memilih Produk Perbankan Syariah (Studi Kasus Perbandingan Masyarakat dan Desa Bku)

No	Hari/Tanggal	Materi Bimbingan	Saran Bimbingan	Prof
1	Senin, 06/01/2020	BAB III	perbaiki penulisan masukkan referensi rumus standar + Referensi FA.	
	Kamis 09/01/2020	paragraf keseluruhan	perbaiki paragraf keseluruhan	

Bengkulu,

Mengetahui,
 Ketua Jurusan
 20/2020
 2

Desi Isnaini, MA
 NIP. 197412022006042001

Pembimbing/II

 (Andi Harpepen, M.Kom)
 NIP. NIDN. 2014128401



REPUBLIC OF INDONESIA
 INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BENGKULU
 FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 Jalan Pahlawan 1 Muka Pagar Dewa Bengkulu
 Telp: (0736) 51171, 51172, 51776 Fax: (0736) 51171

LEMBAR BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Andea Veronica Muslim Program Studi : Perbankan Syariah
 NIM : 1611140012 Pembimbing/II : Andi Harpepen, M.kom
 Judul Skripsi : Pengaruh religiusitas, pengetahuan, lokasi, informasi dan kualitas produk terhadap minat karyawan dalam memilih produk perbankan syariah (studi Dinar Pemberdayaan masyarakat dan desa Prov. Bengkulu)

No	Hari/Tanggal	Materi Bimbingan	Saran Bimbingan	Praf
	Senin 17/2/2022	BAB IV	- perbaiki paragraf → ganti tabel	f
	Selasa 18/2/2022	BAB V	→ perbaiki paragraf → Ase ke Pembahasan I +	f

Bengkulu,

Mengetahui,
 Ketua Jurusan
 20/2020

Desi Isnaini, MA
 NIP. 197412022006042001

Pembimbing II

(Andi Harpepen, M.kom)
 NIPN 2019128901

LEMBAR BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Andea Varonica Muslim Program Studi : Perbankan syariah
 NIM : 161140012 Pembimbing/II : Andi Harpepen, M.kom
 Judul Skripsi : Pengaruh religiusitas, pengetahuan, lokasi, informasi dan kualitas Produk terhadap minat konyuman dalam memilih produk Perbankan syariah (studi Dinas Pemberdayaan masyarakat dan desa Prov. Bengkulu)

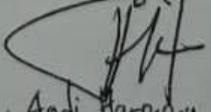
No	Hari/Tanggal	Materi Bimbingan	Saran Bimbingan	Praf
	Senin 17/2/2020	BAB IV	-perbaik. gambar -> ganti tabel	f
	Kelasa 18/2/2020	BAB V	-> perbaik gambar -> Aee ke Pembimbing I+	f

Bengkulu,

Mengetahui,
 Ketua Jurusan
 20/2020
 2

Desi Isnaini, MA
 NIP. 197412022906042001

Pembimbing VII


 (Andi Harpepen, M.kom)
 NIPN. 201428401

Data Mentah

No	Religiusitas (X1)			Total Pengetahuan (X2)			Lokasi (X3)			Total			Informasi (X4)			Kualitas Produk (X5)					Total			Minat (Y)			Total							
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1	X2.1	X2.2	X2.3	X2	Total	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3	Total	X4.1	X4.2	X4.3	X4	Total	X5.1	X5.2	X5.3	X5.4	X5.5	X5	Total	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4
1	3	3	4	3	4	17	3	3	3	9	3	3	3	3	3	15	4	3	3	10	3	3	3	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	12
2	3	3	4	3	3	16	3	3	3	9	3	3	3	3	3	15	3	3	3	9	3	3	3	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	12
3	3	4	4	4	3	18	3	3	3	9	3	3	4	3	3	16	3	3	3	9	3	3	3	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	12
4	3	4	4	4	3	18	3	3	3	9	4	4	3	4	4	19	3	3	3	10	3	3	3	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	12
5	4	4	4	4	3	19	3	3	3	9	4	4	4	4	4	19	3	3	3	9	3	3	3	3	3	3	3	3	16	3	4	4	4	15
6	4	4	4	4	4	20	4	3	3	10	4	4	4	4	4	20	4	4	4	11	3	3	3	3	3	3	3	3	16	3	4	4	4	15
7	5	4	5	5	4	23	5	5	5	13	5	5	4	5	5	24	3	5	5	13	5	5	5	5	5	5	5	5	23	5	5	5	5	20
8	4	4	5	5	4	22	4	4	4	12	4	3	3	4	3	17	4	4	3	11	4	4	4	4	4	4	4	4	19	4	4	4	4	16
9	2	4	4	4	4	18	4	4	4	12	4	4	4	4	1	17	4	2	2	8	4	2	4	4	2	2	4	4	16	2	4	4	4	12
10	3	4	4	4	3	18	3	3	3	9	4	4	4	4	4	20	4	3	4	11	3	3	3	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	12
11	4	4	4	4	4	20	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20	4	4	4	12	4	4	4	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16
12	3	4	4	4	3	18	3	3	3	9	4	4	4	4	4	20	4	3	4	11	4	4	4	4	4	4	4	4	19	3	4	4	4	14
13	4	4	4	4	3	19	3	3	3	10	3	3	3	3	3	15	3	3	3	9	3	3	3	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	13
14	4	5	5	4	4	22	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20	2	4	4	10	4	4	4	4	4	4	4	4	21	4	4	4	4	16
15	3	4	4	4	3	18	3	3	3	9	3	3	3	3	3	15	3	3	3	9	3	3	3	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	12
16	4	5	5	4	4	22	4	3	4	11	4	4	4	4	4	21	3	3	3	10	3	3	3	3	3	3	3	3	16	4	4	4	4	17
17	4	5	5	4	3	21	4	3	3	10	4	4	4	4	4	20	3	3	3	9	4	3	3	3	3	3	3	3	17	3	3	3	3	12
18	2	5	5	5	4	21	3	3	3	9	5	5	5	5	5	25	4	2	3	9	3	3	3	3	3	3	3	3	16	4	4	4	4	15
19	4	5	5	4	4	22	5	4	3	12	4	4	4	4	4	20	3	3	3	10	4	4	4	4	4	4	4	4	19	4	4	4	4	14
20	4	4	4	3	3	18	3	3	3	9	4	4	4	4	4	18	3	3	3	9	3	3	3	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	12
21	4	4	4	3	3	18	4	3	3	10	4	4	4	4	4	20	3	3	3	9	3	3	3	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	12
22	5	5	5	4	3	22	4	4	3	11	4	4	4	4	4	20	4	2	4	10	4	4	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	
23	5	5	5	5	5	25	4	4	4	12	5	5	5	5	5	25	1	2	4	7	5	5	5	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20
24	4	4	4	3	3	18	3	3	3	9	4	4	4	4	4	20	3	2	3	8	3	3	3	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	12
25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25	2	1	2	8	5	5	5	5	5	5	5	5	25	5	4	4	4	17
26	4	5	5	5	4	23	3	3	3	9	4	4	4	4	4	20	4	3	4	10	4	2	3	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	13
27	4	5	5	5	3	22	4	4	3	11	4	4	4	4	4	22	4	3	3	10	4	4	4	4	4	4	4	4	17	4	3	4	4	15
28	5	5	5	4	4	24	4	5	4	13	5	5	5	5	5	24	4	3	4	11	4	4	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	
29	2	5	5	5	3	20	3	3	3	9	4	5	5	4	5	23	4	3	3	10	4	3	3	3	3	3	3	17	3	3	3	3	12	
30	4	4	4	4	5	21	5	4	4	13	4	4	4	4	4	20	4	4	4	12	4	4	4	4	4	4	4	22	5	4	5	4	18	
31	3	4	4	3	3	17	3	3	3	9	4	4	4	4	4	20	3	3	3	10	3	3	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	12	
32	4	5	5	5	5	24	3	2	2	7	4	3	3	4	4	18	2	1	2	5	3	2	3	3	3	3	3	12	3	3	3	3	14	
33	3	4	4	3	3	17	3	3	3	9	4	4	4	4	4	18	4	3	3	10	3	3	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	12	
34	4	5	5	4	3	21	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20	2	2	2	7	4	4	4	4	4	4	4	19	4	4	4	4	16	
35	3	4	4	4	3	18	3	3	3	9	4	3	4	3	3	17	4	3	3	10	3	3	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	12	
36	3	3	3	3	3	15	3	3	3	9	3	3	3	3	3	16	3	3	3	9	3	3	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	12	
37	4	4	4	5	5	22	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25	4	2	4	10	5	5	5	5	5	5	5	24	5	5	5	5	20	
38	5	5	5	5	3	23	4	3	3	10	5	4	4	4	4	21	2	2	2	8	3	3	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	13	
39	5	5	5	4	4	23	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20	4	3	4	11	4	4	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	
40	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25	5	5	5	7	5	4	4	4	4	4	4	21	4	4	4	4	16	
41	3	4	4	4	3	18	3	3	3	9	4	4	4	4	4	20	4	3	3	10	3	3	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	12	
42	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15	5	5	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	
43	3	4	4	3	3	17	3	3	3	9	3	3	3	3	3	16	3	3	3	9	3	3	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	12	
44	4	4	4	4	3	19	3	3	3	9	3	3	3	3	3	16	3	3	3	9	3	3	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	12	
45	3	5	5	4	3	20	3	3	3	9	3	2	3	3	3	14	3	3	3	9	3	3	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	12	
46	3	4	3	3	3	16	3	3	3	9	3	3	3	3	3	15	3	3	3	9	3	3	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	12	
47	5	5	5	5	4	24	4	4	4	12	5	4	4	4	4	22	2	4	4	10	4	4	4	4	4	4	4	21	4	4	4	4	17	

DISTRIBUSI NILAI r_{tabel} SIGNIFIKANSI 5% dan 1%

N	The Level of Significance		N	The Level of Significance	
	5%	1%		5%	1%
3	0.997	0.999	38	0.320	0.413
4	0.950	0.990	39	0.316	0.408
5	0.878	0.959	40	0.312	0.403
6	0.811	0.917	41	0.308	0.398
7	0.754	0.874	42	0.304	0.393
8	0.707	0.834	43	0.301	0.389
9	0.666	0.798	44	0.297	0.384
10	0.632	0.765	45	0.294	0.380
11	0.602	0.735	46	0.291	0.376
12	0.576	0.708	47	0.288	0.372
13	0.553	0.684	48	0.284	0.368
14	0.532	0.661	49	0.281	0.364
15	0.514	0.641	50	0.279	0.361
16	0.497	0.623	55	0.266	0.345
17	0.482	0.606	60	0.254	0.330
18	0.468	0.590	65	0.244	0.317
19	0.456	0.575	70	0.235	0.306
20	0.444	0.561	75	0.227	0.296
21	0.433	0.549	80	0.220	0.286
22	0.432	0.537	85	0.213	0.278
23	0.413	0.526	90	0.207	0.267
24	0.404	0.515	95	0.202	0.263
25	0.396	0.505	100	0.195	0.256
26	0.388	0.496	125	0.176	0.230
27	0.381	0.487	150	0.159	0.210
28	0.374	0.478	175	0.148	0.194
29	0.367	0.470	200	0.138	0.181
30	0.361	0.463	300	0.113	0.148
31	0.355	0.456	400	0.098	0.128
32	0.349	0.449	500	0.088	0.115
33	0.344	0.442	600	0.080	0.105
34	0.339	0.436	700	0.074	0.097
35	0.334	0.430	800	0.070	0.091
36	0.329	0.424	900	0.065	0.086
37	0.325	0.418	1000	0.062	0.081

Tabel Durbin-Watson (DW), $\alpha = 5\%$

n	k=1		k=2		k=3		k=4		k=5	
	dL	dU								
6	0.6102	1.4002								
7	0.6996	1.3564								
8	0.7629	1.3324	0.4672	1.8964						
9	0.8243	1.3189	0.5591	1.7771	0.3674	2.2866				
10	0.8791	1.3107	0.6291	1.6993	0.4548	2.1282	0.2957	2.5881		
11	0.9273	1.3241	0.6972	1.6413	0.5253	2.0163	0.3760	2.4137	0.2427	2.8217
12	0.9708	1.3314	0.7580	1.6044	0.5948	1.9280	0.4441	2.2833	0.3155	2.6446
13	1.0097	1.3404	0.8122	1.5794	0.6577	1.8640	0.5120	2.1766	0.3796	2.5061
14	1.0450	1.3503	0.8612	1.5621	0.7147	1.8159	0.5745	2.0943	0.4445	2.3897
15	1.0770	1.3605	0.9054	1.5507	0.7667	1.7788	0.6321	2.0296	0.5052	2.2959
16	1.1062	1.3709	0.9455	1.5432	0.8140	1.7501	0.6852	1.9774	0.5620	2.2198
17	1.1330	1.3812	0.9820	1.5386	0.8572	1.7277	0.7340	1.9351	0.6150	2.1567
18	1.1576	1.3913	1.0154	1.5361	0.8968	1.7101	0.7790	1.9005	0.6641	2.1041
19	1.1784	1.3913	1.0461	1.5353	0.9331	1.6961	0.8204	1.8719	0.7098	2.0600
20	1.1804	1.4012	1.0743	1.5355	0.9666	1.6851	0.8588	1.8482	0.7523	2.0226
21	1.2015	1.4107	1.1004	1.5367	0.9976	1.6763	0.8943	1.8283	0.7918	1.9908
22	1.2212	1.4200	1.1246	1.5385	1.0262	1.6694	0.9272	1.8116	0.8286	1.9635
23	1.2395	1.4289	1.1471	1.5408	1.0529	1.6640	0.9578	1.7974	0.8629	1.9400
24	1.2567	1.4375	1.1682	1.5435	1.0778	1.6597	0.9864	1.7855	0.8949	1.9196
25	1.2728	1.4458	1.1878	1.5464	1.1010	1.6565	1.0131	1.7753	0.9249	1.9018
26	1.2879	1.4537	1.2063	1.5495	1.1228	1.6540	1.0381	1.7666	0.9530	1.8863
27	1.3022	1.4614	1.2236	1.5528	1.1432	1.6523	1.0616	1.7591	0.9794	1.8727
28	1.3157	1.4688	1.2399	1.5562	1.1624	1.6510	1.0836	1.7527	1.0042	1.8608
29	1.3284	1.4759	1.2553	1.5596	1.1805	1.6503	1.1044	1.7473	1.0276	1.8502
30	1.3405	1.4828	1.2699	1.5631	1.1976	1.6499	1.1241	1.7426	1.0497	1.8409
31	1.3520	1.4894	1.2837	1.5666	1.2138	1.6498	1.1426	1.7386	1.0706	1.8326
32	1.3630	1.4957	1.2969	1.5701	1.2292	1.6500	1.1602	1.7352	1.0904	1.8252
33	1.3734	1.5019	1.3093	1.5736	1.2437	1.6505	1.1769	1.7323	1.1092	1.8187
34	1.3834	1.5078	1.3212	1.5770	1.2576	1.6511	1.1927	1.7298	1.1270	1.8128
35	1.3929	1.5136	1.3325	1.5805	1.2707	1.6519	1.2078	1.7277	1.1439	1.8076
36	1.4019	1.5191	1.3433	1.5838	1.2833	1.6528	1.2221	1.7259	1.1601	1.8029
37	1.4107	1.5245	1.3537	1.5872	1.2953	1.6539	1.2358	1.7245	1.1755	1.7987
38	1.4190	1.5297	1.3635	1.5904	1.3068	1.6550	1.2489	1.7233	1.1901	1.7950
39	1.4270	1.5348	1.3730	1.5937	1.3177	1.6563	1.2614	1.7223	1.2042	1.7916
40	1.4347	1.5396	1.3821	1.5969	1.3283	1.6575	1.2734	1.7215	1.2176	1.7886
41	1.4421	1.5444	1.3908	1.6000	1.3384	1.6589	1.2848	1.7209	1.2305	1.7859
42	1.4493	1.5490	1.3992	1.6031	1.3480	1.6603	1.2958	1.7205	1.2428	1.7835
43	1.4562	1.5534	1.4073	1.6061	1.3573	1.6617	1.3064	1.7202	1.2546	1.7814
44	1.4628	1.5577	1.4151	1.6091	1.3663	1.6632	1.3166	1.7200	1.2660	1.7794
45	1.4692	1.5619	1.4226	1.6120	1.3749	1.6647	1.3263	1.7200	1.2769	1.7777
46	1.4754	1.5660	1.4298	1.6148	1.3832	1.6662	1.3357	1.7200	1.2874	1.7762
47	1.4814	1.5700	1.4368	1.6176	1.3912	1.6677	1.3448	1.7201	1.2976	1.7748
48	1.4872	1.5739	1.4435	1.6204	1.3989	1.6692	1.3535	1.7203	1.3073	1.7736
49	1.4928	1.5776	1.4500	1.6231	1.4064	1.6708	1.3619	1.7206	1.3167	1.7725
50	1.4982	1.5813	1.4564	1.6257	1.4136	1.6723	1.3701	1.7210	1.3258	1.7716
51	1.5035	1.5849	1.4625	1.6283	1.4206	1.6739	1.3779	1.7214	1.3346	1.7708
52	1.5086	1.5884	1.4684	1.6309	1.4273	1.6754	1.3855	1.7218	1.3431	1.7701
53	1.5135	1.5917	1.4741	1.6334	1.4339	1.6769	1.3929	1.7223	1.3512	1.7694
54	1.5183	1.5951	1.4797	1.6359	1.4402	1.6785	1.4000	1.7228	1.3592	1.7689
55	1.5230	1.5983	1.4851	1.6383	1.4464	1.6800	1.4069	1.7234	1.3669	1.7684
56	1.5276	1.6014	1.4903	1.6406	1.4523	1.6815	1.4136	1.7240	1.3743	1.7681
57	1.5320	1.6045	1.4954	1.6430	1.4581	1.6830	1.4201	1.7246	1.3815	1.7678
58	1.5363	1.6075	1.5004	1.6452	1.4637	1.6845	1.4264	1.7253	1.3885	1.7675
59	1.5405	1.6105	1.5052	1.6475	1.4692	1.6860	1.4325	1.7259	1.3953	1.7673
60	1.5446	1.6134	1.5099	1.6497	1.4745	1.6875	1.4385	1.7266	1.4019	1.7672
61			1.5146	1.6518	1.4797	1.6889	1.4443	1.7274	1.4083	1.7671

HASIL OUTPUT

1. Uji Validitas

a. Religiusitas (X1)

Correlations		TOTAL_X1
X1.1	Pearson Correlation	,751**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	47
X1.2	Pearson Correlation	,800**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	47
X1.3	Pearson Correlation	,851**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	47
X1.4	Pearson Correlation	,810**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	47
X1.5	Pearson Correlation	,732**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	47
TOTAL_X1	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	47

b. Pengetahuan (X2)

Correlations		X2.1	X2.2	X2.3	TOTAL_X2
X2.1	Pearson Correlation	1	,818**	,721**	,918**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	47	47	47	47
X2.2	Pearson Correlation	,818**	1	,807**	,949**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	47	47	47	47
X2.3	Pearson Correlation	,721**	,807**	1	,906**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	47	47	47	47
TOTAL_X2	Pearson Correlation	,918**	,949**	,906**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	47	47	47	47

c. Lokasi (X3)

Correlations

		TOTAL_X3
X3.1	Pearson Correlation	,902**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	47
X3.2	Pearson Correlation	,935**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	47
X3.3	Pearson Correlation	,887**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	47
X3.4	Pearson Correlation	,909**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	47
X3.5	Pearson Correlation	,837**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	47
TOTAL_X3	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	47

d. Informasi (X4)

Correlations

		X4.1	X4.2	X4.3	TOTAL_X4
X4.1	Pearson Correlation	1	,339*	,154	,686**
	Sig. (2-tailed)		,021	,306	,000
	N	46	46	46	46
X4.2	Pearson Correlation	,339*	1	,480**	,852**
	Sig. (2-tailed)	,021		,001	,000
	N	46	47	47	47
X4.3	Pearson Correlation	,154	,480**	1	,600**
	Sig. (2-tailed)	,306	,001		,000
	N	46	47	47	47
TOTAL_X4	Pearson Correlation	,686**	,852**	,600**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	46	47	47	47

e. Kualitas Produk (X5)

		TOTAL_X5
X5.1	Pearson Correlation	,885**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	47
X5.2	Pearson Correlation	,800**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	47
X5.3	Pearson Correlation	,885**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	47
X5.4	Pearson Correlation	,934**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	47
X5.5	Pearson Correlation	,860**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	47
TOTAL_X5	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	47

f. Minat karyawan (Y)

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	TOTAL_Y
Y.1	Pearson Correlation	1	,789**	,780**	,759**	,905**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	47	47	47	47	47
Y.2	Pearson Correlation	,789**	1	,883**	,818**	,940**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	47	47	47	47	47
Y.3	Pearson Correlation	,780**	,883**	1	,804**	,935**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	47	47	47	47	47
Y.4	Pearson Correlation	,759**	,818**	,804**	1	,916**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	47	47	47	47	47
TOTAL_Y	Pearson Correlation	,905**	,940**	,935**	,916**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	47	47	47	47	47

2. Uji Reabilitas

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	178,83	613,880	,632	,944
X1.2	178,22	626,041	,495	,945
X1.3	178,15	624,487	,570	,945
X1.4	178,50	618,744	,624	,944
X1.5	178,98	614,066	,722	,944
TOTAL_X1	162,41	536,603	,777	,944
X2.1	178,96	611,287	,837	,943
X2.2	179,09	611,148	,831	,943
X2.3	179,22	617,196	,747	,944
TOTAL_X2	172,13	559,094	,873	,941
X3.1	178,57	616,962	,764	,944
X3.2	178,72	613,896	,745	,944
X3.3	178,70	618,172	,701	,944
X3.4	178,67	616,136	,781	,944
X3.5	178,65	613,432	,655	,944
TOTAL_X3	163,04	520,265	,789	,945
X4.1	179,26	640,153	,013	,948
X4.2	179,63	632,594	,202	,947
X4.3	179,20	620,472	,604	,945
TOTAL_X4	172,96	611,731	,311	,948
X5.1	179,00	610,889	,842	,943
X5.2	179,30	615,061	,624	,944
X5.3	178,96	607,020	,885	,943
X5.4	179,07	610,685	,884	,943
X5.5	179,13	609,271	,789	,943
TOTAL_X5	165,20	495,583	,911	,944
Y.1	179,07	607,485	,898	,943
Y.2	179,02	613,088	,856	,943
Y.3	178,96	612,843	,830	,943
Y.4	179,02	610,777	,843	,943
TOTAL_Y	168,37	524,860	,923	,941

3. Uji normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		47
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,13463034
Most Extreme Differences	Absolute	,115
	Positive	,115
	Negative	-,086
Test Statistic		,115
Asymp. Sig. (2-tailed)		,155 ^c

4. Uji Homogenitas

Test of Homogeneity of Variances			
MINAT KARYAWAN			
Levene Statistic	df1	df2	Sig.
3,326	9	36	,005

Test of Homogeneity of Variances			
MINAT KARYAWAN			
Levene Statistic	df1	df2	Sig.
2,083	5	40	,088

Test of Homogeneity of Variances			
MINAT KARYAWAN			
Levene Statistic	df1	df2	Sig.
5,451	9	35	,000

Test of Homogeneity of Variances			
MINAT KARYAWAN			
Levene Statistic	df1	df2	Sig.
4,315	6	38	,002

Test of Homogeneity of Variances			
MINAT KARYAWAN			
Levene Statistic	df1	df2	Sig.
11,114	6	36	,000

5. Uji multikorelasi

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	RELIGIUSITAS	,380	2,630
	PENGETAHUAN	,190	5,251
	LOKASI	,402	2,486
	INFORMASI	,864	1,157
	KUALITAS PRODUK	,165	6,046

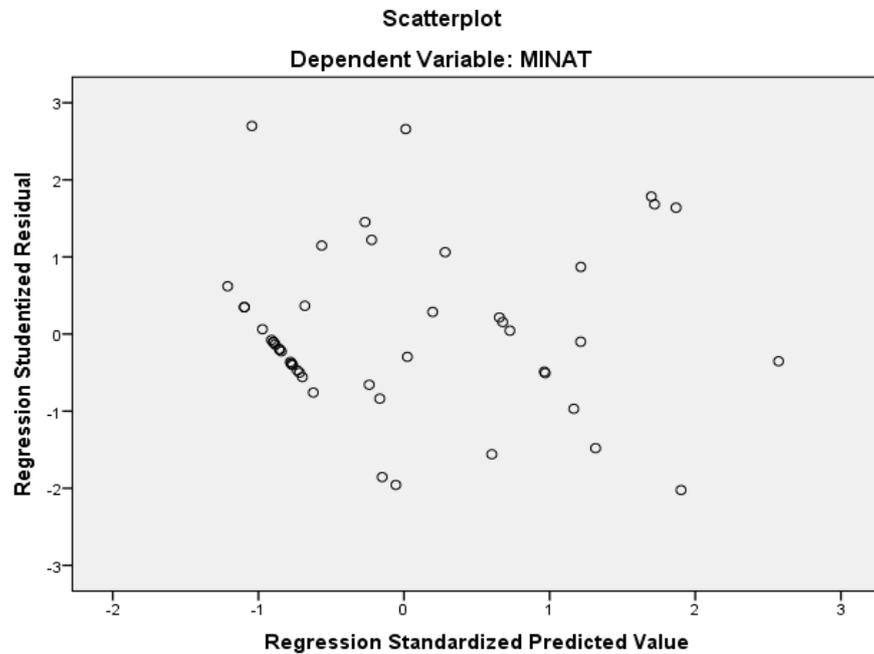
a. Dependent Variable: MINAT KARYAWAN

6. Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,917 ^a	,841	,821	1,091	2,342

7. Uji Heterokedastisitas



8. Uji Regresi Linier Berganda dan uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-2,093	1,528		-1,370	,178
RELIGIUSITAS	,283	,094	,304	3,008	,004
PENGETAHUAN	,133	,184	,103	,721	,475
LOKASI	,012	,080	,015	,150	,882
INFORMASI	,158	,099	,108	1,607	,116
KUALITAS PRODUK	,426	,119	,550	3,589	,001

a. Dependent Variable: MINAT KARYAWAN

9. Uji Simultan (Uji F)

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	257,636	5	51,527	43,301	,000 ^b
Residual	48,789	41	1,190		
Total	306,426	46			

a. Dependent Variable: MINAT

Dokumentasi

Obsevasi Awal



Pengisian kuesioner

