

**PENGARUH PENGETAHUAN, PROMOSI, DAN LINGKUNGAN SOSIAL  
TERHADAP MINAT MAHASISWA MUSLIM DI KOTA MALANG UNTUK  
MENJADI NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA DENGAN RELIGIUSITAS  
SEBAGAI VARIABEL MODERASI**

**TESIS**

Oleh:

Muhd Syahrul Akbar

NIM: 200504220012



**Magister Ekonomi Syariah**

**Pascasarjana**

**Universitas Islam Maulana Malik Ibrahim**

**Malang**

**2023**

**PENGARUH PENGETAHUAN, PROMOSI, DAN LINGKUNGAN SOSIAL  
TERHADAP MINAT MAHASISWA MUSLIM DI KOTA MALANG  
UNTUK MENJADI NASABAH BANK SYARIAH DENGAN  
RELIGIUSITAS SEBAGAI VARIABEL MODERASI**

Tesis

Diajukan kepada

Pascasarjana Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang untuk  
memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan Program Magister  
Ekonomi Syariah

Oleh

Muhd Syahrul Akbar

Nim: 200504220012

**PROGRAM MAGISTER EKONOMI SYARIAH  
PASCASARJANA UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK  
IBRAHIM MALANG**

**2023**

## LEMBAR PERSETUJUAN TESIS

Tesis dengan judul “Pengaruh Pengetahuan, Promosi, dan Lingkungan Sosial terhadap Minat Mahasiswa Muslim di Kota Malang Untuk Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi” ini telah diperiksa dan disetujui pada tanggal 15 Desember 2022

Pembimbing I



Prof. Dr. H. Siswanto, M.Si  
NIP. 19750906 200604 1 001

Pembimbing II

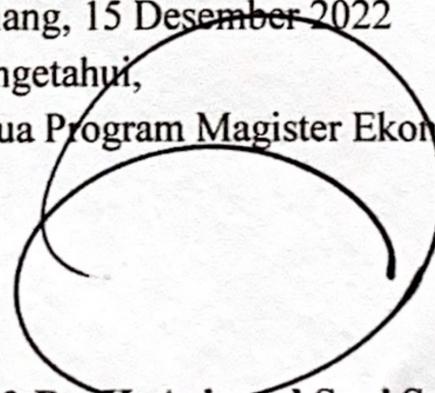


Dr. H. Ahmad Djalaluddin, Lc., MA  
NIP. 19730719 200501 1 003

Malang, 15 Desember 2022

Mengetahui,

Ketua Program Magister Ekonomi Syariah



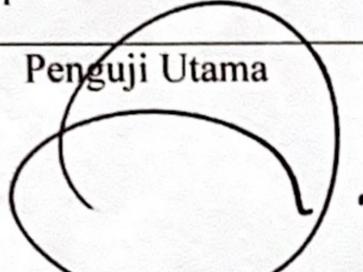
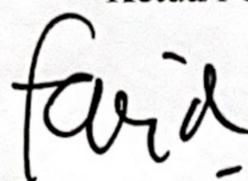
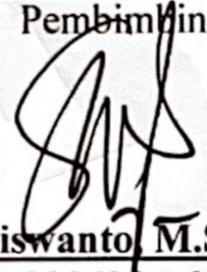
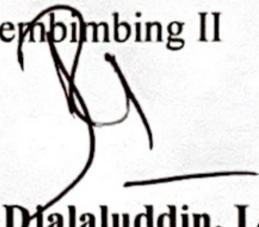
Prof. Dr. H. Achmad Sani Supriyanto, M.Si  
NIP. 19720212 200312 1 003

## LEMBAR PENGESAHAN TESIS

Tesis dengan judul “Pengaruh Pengetahuan, Promosi, Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Mahasiswa Muslim Di Kota Malang Untuk Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi” ini telah diuji dan dipertahankan di depan dewan penguji pada tanggal 05 Januari 2023

Malang, 12 Januari 2023

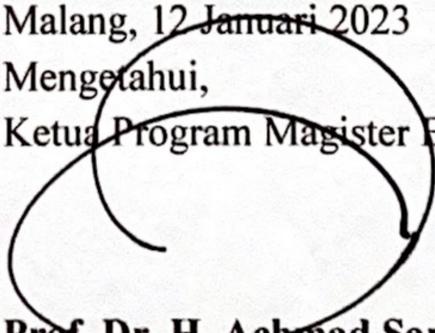
Ketua/ Penguji

|   |   |
|---|---|
| <p>Penguji Utama</p>  <p><u>Prof. Dr. H. Achmad Sani Supriyanto, Msi</u><br/>NIP. 19720212 200312 1 003</p> | <p>Ketua/Penguji</p>  <p><u>Dr. Hj. Farida Rahmawati, S.E, M.Si</u><br/>NIP. 19750906 200604 1 001</p> |
| <p>Pembimbing I</p>  <p><u>Prof. Dr. H. Siswanto, M.Si</u><br/>NIP. 19750906 200604 1 001</p>              | <p>Pembimbing II</p>  <p><u>Dr. H. Ahmad Djalaluddin, Lc., MA</u><br/>NIP. 19730719 200501 1 003</p>   |

Malang, 12 Januari 2023

Mengetahui,

Ketua Program Magister Ekonomi Syariah



Prof. Dr. H. Achmad Sani Supriyanto, M.Si  
NIP. 19720212 200312 1 003

## Surat Pernyataan Orisinalitas

Saya yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Muhd Syahrul Akbar

NIM : 200504220012

Program Studi : Magister Ekonomi Syariah

Menyatakan bahwa tesis yang saya buat untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada Pascasarjana Program Studi Magister Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang dengan **judul “Pengaruh Pengetahuan, Promosi, dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Mahasiswa Muslim di Kota Malang Untuk Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi”** adalah benar hasil karya saya sendiri, bukan plagiasi dari karya tulis orang lain baik sebagian maupun keseluruhan. Pendapat atau temuan penelitian orang lain yang terdapat dalam tesis ini dikutip dan dirujuk sesuai kode etik penulisan karya ilmiah. Apabila di kemudian hari ternyata dalam tesis ini terbukti ada unsur-unsur plagiasi, maka saya bersedia untuk diproses sesuai peraturan yang berlaku.

Demikin surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan tanpa paksaan dari siapapun

Malang, 18 Desember 2022

Hormat saya



**Muhd Syahrul Akbar**  
**NIM. 200504220012**

## MOTTO

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا {٥} إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا {٦} فَإِذَا فَرَغْتَ فَانصَبْ {٧}  
وَالِي رَبِّكَ فَارْغَبْ {٨}

*“Karena sesungguhnya di samping kesukaran ada kemudahan. Sesungguhnya di samping kesukaran ada kemudahan. Maka apabila kamu telah selesai (dari sesuatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain. dan hanya kepada Tuhanmulah hendaknya kamu berharap”*

**(Q.S Al-Insyirah : 5-9)**

## **PESEMBAHAN**

Dengan segala kerendahan dan ketulusan hati

Karya tulis ilmiah (Tesis) ini ku persembahkan

“Kepada kedua orang tuaku terkasih, Muhammad Mahyani dan Nursial Ali

Dan kakak-kakakku tersayang Khuzaimah Alfisyahrina dan Ulfaturrahmah”

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah, Puji beserta syukur peneliti ucapkan kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan karunianya kepada hamba Nya, sehingga peneliti dapat menyusun dan menyelesaikan tesis dengan judul “Pengaruh Pengetahuan, Promosi, dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Mahasiswa Muslim di Kota Malang untuk menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia dengan Religiusitas sebagai variabel Moderasi” guna memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Magister Ekonomi (M.E)

Shalawat bernadakan salam semoga selalu tercurakan kepada Baginda Nabi Muhammad SAW, yang telah menyampaikan risalah-Nya sebagai pedoman hidup ummat manusia, dan semoga diyaumul hisab nanti kita mendapat syafaat dari Baginda Nabi Muhammad SAW. *Amin ya robbal alamin*

Disini peneliti ingin menyampaikan ucapan terimakasih dan penghargaan tak terhingga kepada semua yang telah membantu saya dalam menyelesaikan tesis ini, dengan ucapan *Jazakumullah Ahsamul jaza'*, khususnya kepada:

1. Ibunda dan Ayahanda tercinta semoga rahmat dan inayah-Nya selalu tercurahkan kepada mereka yang telah mendidik, mendo'akan dan merawat penulis dari sejak kecil sampai Sekaran dengan penuh rasa cinta dan kasih sayang.

2. Bapak Prof. Dr. M. Zainuddin, MA selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang. Dan para Pembantu Rektor, atas segala layanan dan fasilitas yang telah diberikan selama peneliti menempuh studi.
3. Bapak Prof. Dr. H. Wahidmurni, M.Pd Ak selaku direktir Pascasarjana Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang. Atas segala layanan dan fasilitas yang telah diberikan selama penulis menempuh studi.
4. Bapak Prof. Dr. H. Achmad Sani Supriyanto, SE. M. Si. selaku Kepala Program Studi Magister Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
5. Bapak Prof. Dr. H. Siswanto, M.Si selaku dosen pembimbing I yang telah banyak membimbing dan memberikan petunjuk serta arahan kepada peneliti dalam menyusun tesis ini.
6. Bapak Dr. H. Ahmad Djalaluddin, Lc, M.A selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan masukan, bimbingan dan memberikan kemudahan serta arahan kepada peneliti dalam menyelesaikan tesis ini.
7. Segenap Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah membimbing dan memberikan wawasan sehingga studi ini dapat terselesaikan.
8. Bapak dan ibu dosen serta staff TU Pascasarjana UIN Maulana Malik Ibrahim Malang yang tidak bisa peneliti sebutkan namanya satu persatu namun tidak mengurangi rasa hormat dan ta'dhim peneliti kepada beliau semua, terima kasih atas ilmu yang diberikan serta kemudahan-kemudahan selama menyelesaikan studi

9. Mahasiswa UB, UM, UMM, UIN Malang, dan UNISMA yang telah bersedia membantu mengisi kuesioner yang diberikan oleh peneliti
10. Semua pihak yang telah membantu terselesaikannya tesis ini yang tidak bisa saya sebutkan namanya satu persatu

Akhir kata peneliti berharap, semoga Tesis ini berguna dalam menambah wawasan peneliti dan juga semoga bermanfaat untuk akademisi yang nantinya dapat dajukan referensinya dalam membuat tesis yang lebih baik. Peneliti menyadari bahwa karya ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena peneliti mengharapkan kritik dan saran yang membangun

Malang, 18 Desember 2022

Peneliti

Muhd Syahrul Akbar

## DAFTAR ISI

|  |      |
|--|------|
| Halaman Sampul.....                            | i    |
| Halaman Judul .....                            | ii   |
| Lembar Persetujuan .....                       | iii  |
| Lembar Pengesahan .....                        | iv   |
| Surat Pernyataan Orisinalitas Penelitian ..... | v    |
| Motto .....                                    | vi   |
| Persembahan .....                              | vii  |
| Kata Pengantar .....                           | viii |
| Daftar Isi .....                               | xi   |
| Daftar Tabel.....                              | xiv  |
| Daftar Gambar .....                            | xv   |
| Daftar Lampiran .....                          | xvi  |
| Pedoman Transliterasi.....                     | xvii |
| Abstrak Indonesia .....                        | xx   |
| Abstrak Inggris .....                          | xxi  |
| الملخص .....                                   | xxii |

## BAB 1 PENDAHULUAN

|                               |   |
|-------------------------------|---|
| 1.1 Latar Belakang .....      | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah .....     | 7 |
| 1.3 Tujuan Penelitian.....    | 8 |
| 1.4 Manfaat Penelitian.....   | 9 |
| 1.5 Hipotesis Penelitian..... | 9 |

|                                    |    |
|------------------------------------|----|
| 1.6 Ruang Lingkup Penelitian ..... | 11 |
| 1.7 Orsinalitas Penelitian.....    | 11 |
| 1.8 Definisi Operasional.....      | 22 |

## **BAB II LANDASAN TEORI**

|                                   |    |
|-----------------------------------|----|
| 2.1 Pengetahuan .....             | 24 |
| 2.2 Promosi.....                  | 27 |
| 2.3 Lingkungan Sosial.....        | 30 |
| 2.4 Minat .....                   | 32 |
| 2.5 Religiusitas .....            | 35 |
| 2.6 Pengaruh Antar Variabel ..... | 38 |
| 2.7 Kerangka Konseptual .....     | 43 |

## **BAB III METODE PENELITIAN**

|   |    |
|---|----|
| 3.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian.....            | 44 |
| 3.2 Variabel Penelitian .....                       | 45 |
| 3.3 Populasi dan Sampel .....                       | 46 |
| 3.3.1 Populasi.....                                 | 46 |
| 3.3.2 Sampel.....                                   | 46 |
| 3.4 Teknik Pengumpulan Data .....                   | 47 |
| 3.5 Instrumen Penelitian.....                       | 49 |
| 3.6 Teknik Analisis Data .....                      | 52 |
| 3.6.1 Mencari Data Mentah.....                      | 53 |
| 3.6.2 Uji Instrumen .....                           | 53 |
| 3.6.3 Uji Asumsi Klasik.....                        | 54 |
| 3.6.4 Uji Hipotesis .....                           | 56 |
| 3.6.4.1 Uji Statistik T test .....                  | 56 |
| 3.6.4.2 Uji Moderate Regression Analysis (MRA)..... | 57 |

## **BAB IV HASIL PENELITIAN**

|  |    |
|--|----|
| 4.1 Karakteristika Demografi Responden ..... | 58 |
| 4.2 Analisis Deskriptif .....                | 60 |

|  |           |
|--|-----------|
| 4.3 Hasil Uji Analisis Data.....   | 65        |
| 4.3.1 Uji Validitas dan Reliabilitas .....   | 65        |
| 4.3.2 Asumsi Klasik .....  | 68        |
| 4.3.3 Uji Normalitas .....   | 68        |
| 4.3.4 Uji Multikolinieritas .....  | 69        |
| 4.3.5 Uji Heterokedastisitas .....   | 71        |
| 4.4 Uji Hipotesis.....   | 72        |
| 4.4.1 Uji Partial (Uji t) .....  | 72        |
| 4.4.2 Moderate Regression Analysis (MRA).....  | 73        |
| <br><b>BAB V PEMBAHASAN</b>  |           |
| 5.1 Pengaruh Pengetahuan terhadap Minat Mahasiswa Muslim .....   | 78        |
| 5.2 Pengaruh Promosi terhadap Minat Mahasiswa Muslim.....  | 79        |
| 5.3 Pengaruh Lingkungan Sosial terhadap Minat Mahasiswa Muslim.....  | 81        |
| 5.4 Pengaruh Pengetahuan terhadap Minat Mahasiswa Muslim dengan<br>Religiusitas sebagai variabel moderasi .....      | 82        |
| 5.5 Pengaruh Pengetahuan terhadap Minat Mahasiswa Muslim dengan<br>Religiusitas sebagai variabel moderasi .....      | 84        |
| 5.6 Pengaruh Lingkungan Sosial terhadap Minat Mahasiswa Muslim<br>dengan Religiusitas sebagai variabel moderasi..... | 85        |
| <br><b>BAB VI PENUTUP</b>  |           |
| 6.1 Kesimpulan .....   | 86        |
| 5.1 Saran.....   | 87        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>  | <b>89</b> |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>   | <b>97</b> |

## DAFTAR TABEL

|  |           |
|--|-----------|
| <b>1.1 Orisinalitas Penelitian dan Penelitian Terdahulu.....</b>       | <b>16</b> |
| <b>3.1 Sampel Mahasiswa Muslim di Kota Malang.....</b>                 | <b>47</b> |
| <b>3.2 Alternatif Jawaban .....</b>                                    | <b>49</b> |
| <b>3.3 Pengembangan Instrumen.....</b>                                 | <b>50</b> |
| <b>4.1 Karakteristik Demografi Responden .....</b>                     | <b>58</b> |
| <b>4.2 Hasil Statistik Analisis Penelitian Pengetahuan.....</b>        | <b>60</b> |
| <b>4.3 Hasil Statistik Analisis Penelitian Promosi.....</b>            | <b>61</b> |
| <b>4.4 Hasil Statistik Analisis Penelitian Lingkungan Sosial .....</b> | <b>62</b> |
| <b>4.5 Hasil Statistik Analisis Penelitian minat .....</b>             | <b>63</b> |
| <b>4.6 Hasil Statistik Analisis Penelitian Religiusitas .....</b>      | <b>64</b> |
| <b>4.7 Hasil Uji Validitas Instrumen .....</b>                         | <b>66</b> |
| <b>4.8 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen .....</b>                      | <b>67</b> |
| <b>4.9 Hasil Uji Normalitas .....</b>                                  | <b>69</b> |
| <b>4.10 Hasil Uji Multikolinieritas.....</b>                           | <b>70</b> |
| <b>4.11 Hasil Uji Heterokedastisitas .....</b>                         | <b>71</b> |
| <b>4.12 Model Regresi Pengujian Hipotesis.....</b>                     | <b>72</b> |
| <b>4.13 Hasil Regresi Model 1 .....</b>                                | <b>74</b> |
| <b>4.14 Hasil Regresi Model 2 .....</b>                                | <b>76</b> |

## DAFTAR GAMBAR

|   |           |
|---|-----------|
| <b>2.1 Kerangka Konseptual .....</b>  | <b>43</b> |
| <b>3.1 Analisis Antar Variabel Independen (X), Variabel Dependen (Y), dan<br/>Variabel Moderasi (Z) .....</b> | <b>45</b> |

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 : Biodata Penelitian
- Lampiran 2 : Angket Penelitian
- Lampiran 3 : Jawaban Angket Penelitian
- Lampiran 4 : Surat Izin Penelitian
- Lampiran 5 : Hasil Uji Istrumen
- Lampiran 6 : Hasil Deskriptif
- Lampiran 7 : Hasil Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 8 : Hasil Uji Hipotesis

## PEDOMAN TRANSLITERASI

### A. Ketentuan Umum

Transliterasi adalah pemindah alihan tulisan Arab ke dalam tulisan Indonesia (Latin), bukan terjemah Bahasa Arab ke dalam Bahasa Indonesia. Termasuk dalam kategori ini ialah nama Arab dari Bangsa Arab. Sedangkan nama Arab dari bangsa selain Arab ditulis sebagaimana ejaan bahasa nasionalnya, atau sebagaimana yang tertulis dalam buku yang menjadi rujukan. Penulisan judul buku dalam footnote maupun daftar pustaka, tetap menggunakan ketentuan transliterasi. Transliterasi yang digunakan merujuk pada surat keputusan bersama Menteri Agama RI dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI masing-masing Nomor: 158 Tahun 1987 dan Nomor: 0543/U/1987, tanggal 22 Januari 1988.

### B. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lain lagi dengan huruf dan tanda sekaligus.

|       |       |       |       |
|-------|-------|-------|-------|
| - = ا | D = د | ḡ = ض | K = ك |
| B = ب | Ẓ = ذ | ṭ = ط | L = ل |
| T = ت | R = ر | ẓ = ظ | M = م |
| ṡ = ث | Z = ز | ' = ع | N = ن |

|       |        |       |       |
|-------|--------|-------|-------|
| J = ج | S = س  | G = غ | W = و |
| ḥ = ح | Sy = ش | F = ف | H = ه |
| h = خ | ṣ = ص  | Q = ق | Y = ي |

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya, tanpa diberi tanda apapun. Jika ia terletak di tengah atau akhir maka ditulis dengan tanda (‘). tā’ alMarbūtah (ة) (ditransliterasi dengan “t”, tetapi jika ia terletak di akhir kalimat, maka ia ditransliterasi dengan “h”, misalnya; al-risālat al-mudarrisah; al-marhalat alakhīrah.

### C. Vokal, Panjang dan Diftong

Penulisan vokal, panjang dan diftong adalah sebagai berikut:

#### 1. Vokal (a, i, u) dan Panjang Bunyi

| Bunyi   | Pendek | Contoh  | Panjang | Contoh |
|---------|--------|---------|---------|--------|
| Fathah  | A      | Katabah | A       | Qala   |
| Kasrah  | I      | Su’ila  | I       | Qila   |
| Dhummah | U      | Yazhabu | U       | Yaqulu |

#### 2. Diftong (au,ai) Bunyi Tulis Contoh او Au Haula اي Ai Kaifa

| Bunyi | Tulis | Contoh |
|-------|-------|--------|
| او    | Au    | Haula  |
| اي    | Ai    | Kaifa  |

#### **D. *Tā' marbūtah***

*Tā' marbūtah* (ة) ditransliterasi dengan t, tetapi jika ia terletak di akhir kalimat, maka ia ditransliterasi dengan huruf h, misalnya *al-Risālat al-Mudarrisah* (الرسالة المدرسة)

#### **E. Kata Sandang dan Lafaz al-Jalālah**

Kata sandang al- (*alif lām ma'rifah*) ditulis dengan huruf kecil, kecuali jika terletak di awal kalimat, misalnya *al-Bukhāiry* berpendapat dan menurut *al-Bukhāiry*. Lafaz *al-Jalālah* yang didahului partikel seperti huruf jarr dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudāf ilayh* (frasa nomina), ditransliterasi tanpa huruf hamzah, misalnya *dīnillah*, *billāh*, *Rasūlullah*, *'Abdullah* dan lain-lain. Adapun *tā' marbūtah* di akhir kata yang disandarkan kepada lafaz *al-Jalālah*, ditransliterasi dengan huruf t, misalnya *hum fiy rahmatillah*.

#### **F. Nama dan Kata Arab yang Terindonesiakan**

Pada prinsipnya setiap kata yang berasal dari Bahasa Arab harus ditulis dengan menggunakan sistem transliterasi. Apabila kata tersebut merupakan nama Arab dari orang Indonesia dan Bahasa Arab yang sudah terindonesiakan, tidak perlu ditulis dengan menggunakan sistem transliterasi.

Contoh: Abdurrahman Wahid, Amin Rais

## ABSTRAK

Akbar, Muhd Syahrul. 2022. *Pengaruh Pengetahuan, Promosi, dan Lingkungan Sosial terhadap Minat Mahasiswa Muslim di Kota Malang untuk Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia dengan Religiusitas sebagai Variabel Moderasi*. Tesis, Program Studi Magister Ekonomi Syariah Pascasarjana Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, Pembimbing (1) Prof. Dr. H. Siswanto, M.Si., (2) Dr. Ahmad Djalaluddin, Lc, M.A

---

**Kata Kunci:** *Pengetahuan, Promosi, Lingkungan Sosial, Minat, Religiusitas*

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa: (1) pengaruh pengetahuan, promosi, dan lingkungan sosial terhadap minat mahasiswa muslim di Kota Malang untuk menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) (2) pengaruh religiusitas dapat memoderasi pengaruh pengetahuan, promosi dan lingkungan sosial terhadap minat mahasiswa muslim di Kota Malang untuk menjadai nasabah BSI.

penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa muslim di Kota Malang. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling sehingga didapati jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak 164 responden. Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan uji *Moderated Regression Analysis* dengan bantuan Software *IBM SPSS Statistics 26*.

Hasil penelitian menemukan bahwa secara parsial variabel pengetahuan dan lingkungan sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung mahasiswa muslim di Kota Malang untuk menjadi nasabah BSI. sedangkan variabel promosi tidak berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa muslim di Kota Malang untuk menjadi nasabah BSI. Religiusitas dapat memoderasi pengaruh variabel pengetahuan terhadap minat mahasiswa muslim di Kota Malang untuk menjadi nasabah BSI. Tapi religiusitas tidak dapat memoderasi pengaruh variabel promosi dan lingkungan sosial terhadap minat mahasiswa muslim di Kota Malang untuk menjadi nasabah BSI

## ABSTRACT

Akbar, Muhd Syahrul. 2022. *The Effect of Knowledge, Promotion, and The Social Environment on the Interest of Muslim Students in Malang City in Becoming Customers of Bank Syariah Indonesia with Religiosity as a Moderating Variable*. Tesis, Sharia Economics Master Study Program, Postgraduate Maulana Malik Ibrahim State Islamic University Malang, Advisor (1) Prof. Dr. H. Siswanto, M.Si., (2) Dr. Ahmad Djalaluddin, Lc, M.A

---

**Keywords:** *Knowledge, Promotion, Social Environment, Interest, Religiosity*

This study aims to analyze: (1) the effect of knowledge, promotion, and the social environment on the interest of Muslim students in Malang City to become Bank Syariah Indonesia (BSI) customers. (2) the influence of religiosity can moderate the effect of knowledge, promotion and social environment on the interest of Muslim students in Malang City to become a customer of BSI.

This study uses quantitative methods with data collection techniques using questionnaires. The population in this study were Muslim students in Malang City. The sampling technique used purposive sampling so that the number of samples in this study was 164 respondents. Data analysis techniques in this study using *Moderated Regression Analysis* with the help of IBM SPSS Statistics 26 Software.

The results of the study showed that knowledge and the social environment based on partial variables have a positive and significant effect on Muslim students' interest in saving to become BSI customers in Malang City, while the promotion variable has no positive effect on the interest of Muslim students in Malang City to become BSI customers. Moreover, religiosity can moderate the effect of the knowledge variable on the interest of Muslim students in Malang City in becoming BSI customers. But religiosity cannot moderate the influence of promotion and social environment variables on the interest of Muslim students in Malang City in becoming BSI customers.

## الملخص

أكبر، محمد شهرل. ٢٠٢٢. أثر المعلومات، والإعلانية و بيئة الإجتماعية على ميول الطلاب المسلمين بمالنج لأن يكون زبونا في (BSI) مع التدين كمتغير معتدل. رسالة ادلاجستري. برنامج دراسة الماجستير في الاقتصاد الشرعي. دراسات عليا بالجامعة موالان مالك إبراهيم السالمية احلكومية مالنج. ادلشرف: (١) أ. الدكتورالحج سسونتوالمجستير (٢) الدكتور أحمد جلودين المجستير.

---

**كلمة الأساسية:** المعلومات، إعلانية، بيئة الإجتماعية، ميول، الدينية

يهدف هذا البحث إلى: (١) أثر المعلومات، والإعلانية وبيئة الإجتماعية على ميول الطلاب المسلمين بمالنج لأن يكون زبونا في (BSI)، (٢) أثر متغير الدينية كمتغير المعتدل المعلومات، والإعلانية وبيئة الإجتماعية على ميول الطلاب المسلمين بمالنج لأن يكون زبونا في (BSI)

وطريقة الذي اعتماد عليه الباحث في البحث هو منهج الكمي، ولجمع البيانات قام الباحث بالاستبانة الطلاب. أما المجتمع الذي استعمله الباحث فهي الطريقة العمدية وعددهم ١٦٤ استيجابا. أدوات تحليل البيانات في هذا البحث بإستخدام Moderrate

Regression Analysis برنامج IBM SPSS Statistics 26

وحصل على نتائج البحث أن متغير المعلومات و بيئة الإجتماعية يؤثر أثرا إيجابيا على ميول الطلاب المسلمين بمالنج لاقتصاد أموالهم في (BSI)، بينما متغير الإعلانية لا يأتي بدور هام في تنمية ميول الطلبة لمشاركة هذا المصرف، و ممكن لمتغير الدينية كمتغير المعتدل أن يتصنع ميول الطلاب لأن يكون زبونا في (BSI) لكن لا يؤثر متغيرا إعلانية وبيئة الإجتماعية.

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Dunia perbankan saat ini terus mengalami perkembangan sehingga menyebabkan persaingan antar bank semakin ketat, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) meminta lembaga jasa keuangan untuk melakukan konsolidasi karena khawatir apabila bank tidak tahan menghadapi persaingan maka akan berujung fraud. Perbankan memainkan peran yang sangat penting dan mempunyai pengaruh besar pada perekonomian dunia. Karena perbankan tidak hanya berfungsi sebagai penyimpanan dana saja namun juga sebagai penyalur dana.

Menurut UU No. 10 Tahun 1998 tentang perbankan “bank merupakan badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak”. Perbankan di Indonesia saat ini menggunakan dua sistem, yaitu sistem konvensional dan syariah

Bank konvensional merupakan lembaga keuangan yang beroperasi secara konvensional, imbalan atas jasa yang diberikan bank berupa bunga bank. Sedangkan dalam bank syariah imbalan yang diberikan berupa bagi hasil dan melaksanakan kegiatannya sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam. (Ali, 2008)

Menurut Siregar (2020), munculnya bank syariah dalam sistem perbankan nasional bukanlah semata-mata mengakomodasi kepentingan dari

penduduk Indonesia yang mayoritas muslim, hal tersebut bukan suatu jaminan melainkan *antithesis real* dari perkembangan perbankan syariah itu sendiri yang ternyata cenderung berjalan lebih lambat dari konvensional. Dikutip dari OJK market share perbankan syariah pada bulan September 2021 baru menyentuh angka 6,52%. angka yang sangat rendah bagi perbankan syariah, mengingat tempatnya yang berada di tengah penduduk mayoritas muslim. Hal ini menandakan minat masyarakat Indonesia masih kurang dalam menggunakan bank syariah.

Minat adalah kecenderungan atau keinginan terhadap suatu hal yang diakibatkan oleh dorongan hati, motivasi internal mempengaruhi gerak dan kehendak terhadap sesuatu, dan keinginan yang kuat ini mempengaruhi seseorang untuk melakukan segala sesuatu dalam memenuhi keinginan. (Shaleh, 2015)

Menurut teori Schiffman dan Kanuk yang dikutip oleh Handoko (2008), faktor faktor yang mempengaruhi minat diantaranya adalah *Pertama*, pengetahuan, Seseorang yang memiliki pengetahuan tentang suatu produk biasanya ingin membeli produk tersebut. *Kedua*, Pemasaran, kegiatan pemasaran adalah perangkat alat pemasaran yaitu seperti produk, harga, promosi, dan lokasi. *Ketiga*, faktor lingkungan. *Keempat*, Religiusitas (agama).

Menurut Ujang (2014), faktor pengetahuan merupakan salah satu faktor dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan. Pengetahuan sangat penting untuk mendorong tumbuhnya minat masyarakat untuk menggunakan layanan perbankan, termasuk perbankan syariah.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Amalia (2018), Nurul Saraswati (2016), dan Utamy (2019) menemukan bahwa pengetahuan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat masyarakat dalam menabung uangnya di bank syariah. penelitian ini didukung oleh penelitian Ergun & Djedovic (2010) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan pengetahuan terhadap keputusan masyarakat Bosnia dan Herzegovina dalam memilih bank syariah. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Aris Purwanto (2016) yang menjelaskan bahwa pengetahuan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah. Menurutnya semakin tinggi tingkat pengetahuan tentang bank syariah tidak semakin tinggi minat masyarakat dalam menyimpan uangnya di bank syariah. penelitian ini didukung oleh penelitian Mahfuz (2021) yang menemukan bahwa pengetahuan secara parsial tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat menabung Jamaah di masjid Al-Barkah Kota Bekasi.

Untuk memperkenalkan produknya, bank syariah harus menginformasikan kepada masyarakat melalui promosi. Komunikasi memegang peranan penting dalam melakukan promosi, karena harus memberikan informasi yang tepat. Dengan adanya promosi, masyarakat tahu apa saja yang ditawarkan oleh bank sehingga menambah minat masyarakat untuk menabung. (Gitosudarmo, 2000)

Namun menurut Astuti dan Mustikawati (2013), promosi yang dilakukan oleh bank juga dapat mengurangi minat masyarakat bila dilakukan

dengan cara yang salah. Oleh karena itu bank harus dapat memanfaatkan sarana promosi seperti iklan di media cetak atau elektronik, promosi langsung atau mengadakan stand di even/acara yang tersedia.

Penelitian yang dilakukan oleh Istiqomah (2015)) dan Musyaffa dan Iqbal (2022) menemukan bahwa faktor promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung di Bank Syariah. tingginya promosi terhadap seorang muslim tentang bank syariah akan meningkatkan minat orang tersebut untuk menabung di bank syariah. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Aisyah dan Riyadi (2020) yang menyebutkan bahwa promosi tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap minat menabung masyarakat di BMI.

Faktor lain yang mempengaruhi minat adalah faktor lingkungan sosial. Menurut Hamalik (2016) lingkungan sosial adalah segala sesuatu yang ada di lingkungan alam yang memiliki arti atau efek tertentu pada setiap individu. Lingkungan sosial sebagai dasar pendidikan merupakan faktor kondisional yang mempengaruhi perilaku individu dan menjadi faktor yang penting.

Penelitian yang dilakukan oleh Maghfiroh (2018) dan Ramadhani (2019) menemukan bahwa lingkungan sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap minat menabung di bank syariah. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Maulidi (2018), menunjukkan bahwa lingkungan sosial berpengaruh negatif dan tidak signifikan. Penelitian ini didukung oleh penelitian Prasatiwi dan Zuhdi (2022) yang menemukan bahwa lingkungan

sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menabung pada kalangan santri alumni pesantren Al-Muayyad

Wahyudin (2015) variabel moderasi bertindak sebagai penentu pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Kehadiran variabel moderasi dapat memperkuat atau memperlemah pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Semakin tinggi nilai variabel moderasi, maka semakin tinggi koefisien pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. begitu pula sebaliknya, semakin rendah nilai variabel moderasi, maka akan semakin rendah koefisien pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Variabel moderasi pada penelitian ini adalah religiusitas.

Religiusitas merupakan sikap atau kesadaran yang muncul dari keimanan atau keyakinan seseorang terhadap suatu agama. Sikap religius adalah kondisi dalam diri seseorang yang membuatnya berperilaku sesuai dengan tingkat ketaatannya terhadap agamanya. (Jalaluddin, 2010)

Penelitian yang dilakukan oleh Abhimantra dkk (2013) dan (Faha, 2022) menyebutkan bahwa faktor religiusitas memiliki pengaruh yang positif terhadap keputusan menabung di bank syariah. Penelitian Rizal Prasasti (2020) menyebutkan bahwa religiusitas tidak memoderasi pengaruh pengetahuan terhadap minat menabung di bank syariah. Penelitian Mochammad Yoga (2020) menemukan bahwa religiusitas tidak memoderasi promosi terhadap minat menabung di bank syariah. sedangkan penelitian Febri Lianita (2022), mengatakan religiusitas dapat memoderasi lingkungan sosial terhadap keputusan mahasiswa untuk menabung di bank syariah.

Pada tanggal 1 Februari 2021 Bank Syariah Indonesia resmi menghiiasi dunia perbankan di Indonesia. BSI diresmikan oleh Presiden Joko Widodo di Istana Negara. BSI merupakan bank hasil merger antara BRIS, BNIS, Mandiri Syariah. pada tanggal 27 Januari 2021 Otoritas Jasa Keuangan (OJK) secara resmi mengeluarkan izin merger tiga usaha bank syariah tersebut. Penggabungan ini menyatukan kelebihan dari ketiga bank syariah, sehingga menghadirkan layanan yang lebih lengkap, jangkauan lebih luas, serta memiliki kapasitas permodalan yang lebih baik. Didukung sinergi dengan perusahaan serta komitmen pemerintah melalui Kementerian BUMN, Bank Syariah Indonesia didorong untuk dapat bersaing di tingkat global. (<https://ir.bankbsi.co.id>)

Perkembangan BSI patut diapresiasi. Walaupun baru berjalan sekitar satu tahunan tapi BSI mampu membuka kantor sebanyak 1.244 dengan jumlah karyawan mencapai 19.449, saat ini BSI berada di peringkat 7 Bank Umum di Indonesia berdasarkan aset, dengan total aset sebanyak 265,3 triliun. (laporan Tahunan 2021 Bank Syariah Indonesia)

Walaupun demikian, dari hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti menemukan bahwa mayoritas mahasiswa belum menggunakan jasa Bank Syariah Indonesia, hal ini dikarenakan kebanyakan mahasiswa masih belum mengetahui produk-produk BSI dan masih ada juga yang beranggapan bahwa Bank Syariah Indonesia hanya labelnya saja, sedangkan dalam operasionalnya masih sama saja dengan bank konvensional. Hasil observasi ini didukung oleh penelitian Amalia (2018), yang menemukan bahwa mahasiswa masih enggan

untuk membuka rekening bank syariah, ada yang beralasan dari dalam diri dan ada juga yang beralasan dari luar. Alasan dari dalam misalnya religiusitas, mahasiswa masih memiliki keraguan mengenai praktik bank syariah apakah sudah sesuai dengan syariah islam atau belum, sedangkan dari luar berasal dari bank syariah sendiri.

Dari uraian yang telah dikemukakan, peneliti tertarik untuk mencoba menguji beberapa variabel yang diharapkan bisa memberikan jawaban terhadap persoalan minat mahasiswa untuk menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia. Maka dari itu peneliti ingin membuat penelitian dengan judul “Pengaruh Pengetahuan, Promosi, dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Mahasiswa Muslim di Kota Malang Untuk Menjadi Nasabah Bank Syariah Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Dari latar belakang yang telah dipaparkan, maka rumusan masalah adalah sebagai berikut:

1. Apakah pengetahuan berpengaruh secara signifikan terhadap minat mahasiswa muslim di Kota Malang untuk menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia ?
2. Apakah promosi berpengaruh secara signifikan terhadap minat mahasiswa muslim di Kota Malang untuk menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia ?
3. Apakah lingkungan sosial berpengaruh secara signifikan terhadap minat mahasiswa muslim di Kota Malang untuk menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia ?

4. Apakah religiusitas dapat memoderasi pengaruh pengetahuan terhadap minat mahasiswa muslim di Kota Malang untuk menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia ?
5. Apakah religiusitas dapat memoderasi pengaruh promosi terhadap minat mahasiswa muslim di Kota Malang untuk menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia ?
6. Apakah religiusitas dapat memoderasi pengaruh lingkungan sosial terhadap minat mahasiswa muslim di Kota Malang untuk menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia ?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian ini sesuai dengan rumusan masalah, antara lain:

1. Untuk menguji pengaruh variabel pengetahuan terhadap minat mahasiswa muslim di Kota Malang untuk menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia
2. Untuk menguji pengaruh variabel promosi terhadap minat mahasiswa muslim di Kota Malang untuk menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia
3. Untuk menguji pengaruh variabel lingkungan sosial terhadap minat mahasiswa muslim di Kota Malang untuk menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia
4. Untuk menguji pengaruh religiusitas dapat memoderasi pengetahuan terhadap minat mahasiswa muslim di Kota Malang
5. Untuk menguji pengaruh religiusitas dapat memoderasi promosi terhadap minat mahasiswa muslim di Kota Malang

6. Untuk menguji pengaruh religiusitas dapat memoderasi lingkungan sosial terhadap minat mahasiswa muslim di Kota Malang

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat dan dapat dijadikan sebagai referensi untuk pihak-pihak terkait, antara lain:

1. Bagi Akademisi

Penelitian ini harapannya mampu menjadi sarana dan literature yang bisa dikembangkan untuk peneliti dimasa yang akan datang.

2. Bagi Praktisi

Penelitian ini harapannya bisa dijadikan rekomendasi dan digunakan oleh pemangku kebijakan dalam menentukan keputusan yang bersifat strategis.

3. Bagi masyarakat

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan wawasan serta pengetahuan bagi masyarakat khususnya mahasiswa UIN Malang tentang perbankan syariah.

#### **1.5 Hipotesis Penelitian**

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. (Sugiyono, 2010)

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dijelaskan, maka hipotesis ( $H_a$ ) yang dapat dijabarkan adalah sebagai berikut:

1. Ada pengaruh variabel pengetahuan terhadap minat mahasiswa muslim di Kota Malang untuk menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia
2. Ada pengaruh variabel promosi terhadap minat mahasiswa muslim di Kota Malang untuk menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia
3. Ada pengaruh variabel lingkungan sosial terhadap minat mahasiswa muslim di Kota Malang untuk menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia
4. Ada pengaruh variabel religiusitas dalam memoderasi pengetahuan terhadap minat mahasiswa muslim di Kota Malang untuk menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia
5. Ada pengaruh variabel religiusitas dalam memoderasi promosi terhadap minat mahasiswa muslim di Kota Malang untuk menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia
6. Ada pengaruh variabel religiusitas dalam memoderasi lingkungan sosial terhadap minat mahasiswa muslim di Kota Malang untuk menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia

Pembagian hipotesis nol ( $H_0$ ) dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Tidak ada pengaruh variabel pengetahuan terhadap minat mahasiswa muslim di Kota Malang untuk menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia
2. Tidak ada pengaruh variabel promosi terhadap minat mahasiswa muslim di Kota Malang untuk menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia
3. Tidak ada pengaruh variabel lingkungan sosial terhadap minat mahasiswa muslim di Kota Malang untuk menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia

4. Tidak ada pengaruh variabel religiusitas dalam memoderasi pengetahuan terhadap minat mahasiswa muslim di Kota Malang untuk menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia
5. Tidak ada pengaruh variabel religiusitas dalam memoderasi promosi terhadap minat mahasiswa muslim di Kota Malang untuk menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia
6. Tidak ada pengaruh variabel religiusitas dalam memoderasi lingkungan sosial terhadap minat mahasiswa muslim di Kota Malang untuk menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia

### **1.6 Ruang Lingkup Penelitian**

Agar penelitian ini dilakukan secara maksimal, maka ruang lingkup penelitian dibatasi pada:

1. Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa yang beragama islam yang terdaftar di kampus dengan peringkat 5 besar di Kota Malang
2. Penelitian ini menggunakan 3 bebas, 1 variabel terikat, dan 1 variabel moderasi. Variabel bebas terdiri dari Pengetahuan (X1), Promosi (X2), dan Lingkungan Sosial (X3). Variabel terikat yaitu Minat mahasiswa muslim (Y), dan variabel moderasinya adalah Religiusitas (Z)

### **1.7 Orisinalitas Penelitian**

Bagian ini menyajikan temuan penelitian yang mungkin terkait dengan variabel yang diteliti oleh penulis. Peneliti menunjukkan ini untuk menghindari pengulangan penelitian. Dengan cara ini kita bisa mengetahui bahwa terdapat

perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian sebelumnya, Adapun penelitian terdahulu, antara lain:

1. Penelitian Nurul Saraswati (2016) dengan judul "*Pengaruh Pengetahuan Masyarakat Terhadap Minat Nasabah Menjadi Nasabah Bank Muamalat Kcp Magelang*" penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Hasil penelitiannya menyatakan bahwa variable pengetahuan masyarakat memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah Kota Magelang.
2. Penelitian Aris Purwanto (2016), dengan judul "*Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas Dan Tingkat Pendapatan Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah Boyolali*". Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Hasil penelitiannya menjelaskan pengetahuan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah, religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah, tingkat pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah pengetahuan, religiusitas dan tingkat pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah.
3. Penelitian Iin Emy Pratiwi dan Muhammad Naufal Zuhdi (2022) dengan judul "*Analysis of Factors Affecting Interest in Saving in Islamic Bank: Knowledge, Social Environment and Psychological Factors*". Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan, lingkungan sosial, dan

psikologis secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung siswa di bank syariah. secara parsial pengetahuan dan psikologi berpengaruh positif dan signifikan, sedangkan lingkungan sosial tidak berpengaruh positif terhadap minat menabung siswa di bank syariah

4. Penelitian Wahyu Utami, dkk (2015) dengan judul “*Analisis Pengaruh Religiusitas, Kelompok Referensi dan Motivasi Terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah: Studi Pada Nasabah Bank Syariah di Kota Banjarmasin*”. Hasil penelitian menemukan tingkat kepercayaan 95%, factor religiusitas, kelompok referensi, dan motivasi, baik secara parsial maupun simultan berpengaruh terhadap keputusan masyarakat untuk menabung di bank syariah. Adapun secara parsial, factor religiusitas merupakan faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi masyarakat untuk mengambil keputusan menabung di bank syariah.
5. Penelitian Dahrul Siregar, dkk (2021) dengan judul “*Increasing Customer’a Saving Interest throught Religiosity Product Perception, and Knowledge*”. Hasil penelitian menemukan bahwa secara parsial variabel religiusitas, persepsi produk, dan pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung produk perbankan syariah.
6. Penelitian Sayyidatul Maghfiroh (2018) dengan judul “*Pengaruh Religiusitas, Pendapatan, dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Pada Santri Pesantren Mahasiswa Darush Shalihah*”. menyatakan bahwa hasil penelitian tersebut adalah (1) Religiusitas tidak berpengaruh terhadap Minat Menabung di Bank

Syari'ah dengan nilai signifikansi sebesar  $0,279 > 0,05$ . (2) Pendapatan berpengaruh terhadap Minat Menabung di Bank Syari'ah dengan nilai signifikansi sebesar  $0,025 < 0,05$ . (3) Lingkungan Sosial berpengaruh terhadap Minat Menabung di Bank Syari'ah dengan nilai signifikansi sebesar  $0,001 < 0,05$ . (4) Religiusitas, Pendapatan, dan Lingkungan Sosial secara bersama-sama berpengaruh terhadap Minat Menabung di Bank Syari'ah dengan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Koefisien Determinasi memiliki nilai sebesar 0,245.

7. Penelitian Rizal Prasasti (2020) dengan Judul "*Pengaruh Pengetahuan dan Pelayanan Terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Bank Syariah Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi*". Hasil penelitian menemukan bahwa pengetahuan, dan pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa menabung di bank syariah, dan variabel religiusitas tidak memoderasi pengaruh pengetahuan dan pelayanan terhadap minat mahasiswa menabung di bank syariah.
8. Penelitian Oriesta Dhea Budi Utami dan Ratih Widhiastuti (2019) dengan judul "*The Effect of Sharia Bank Knowledge, Promotion, and Facilities on Saving Decisions at Sharia Bank with Saving Interest as Mediation Variables*". Hasil penelitian menemukan bahwa pengetahuan, promosi, dan fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung di bank syariah
9. Penelitian Sitti Aisyah (2020) dengan judul "*Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Masyarakat Kelurahan*

*Siranindi Di Bank Muamalat Indonesia Palu Sulawesi Tengah*". Hasil penelitian menemukan bahwa promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menabung masyarakat di BMI, sebaliknya kualitas pelayanan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap minat menabung di BMI. Namun bila keduanya secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung masyarakat.

10. Penelitian Nur'aini (2019) dengan judul "*Analisis Pengaruh Tingkat Religiusitas, Pengetahuan dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Bank Syariah di Kota Malang*". Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Hasil penelitiannya adalah secara parsial variabel religiusitas, pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung mahasiswa dalam menabung di bank syariah, sedangkan variabel lingkungan sosial memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat mahasiswa menabung di bank syariah di kota Malang. Secara simultan variabel religiusitas, pengetahuan dan lingkungan sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap minat menabung siswa di bank syariah pada tingkat signifikansi kurang dari 0,05 atau 5%.
11. Penelitian Rif'at Maulidi (2018) dengan judul "*Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Menggunakan Bank Syariah*". Hasil Penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel Pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung siswa menggunakan bank syariah. Variabel Religiusitas berpengaruh positif tidak signifikan terhadap minat menabung

siswa menggunakan bank syariah dan variabel Lingkungan Sosial berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap minat menabung siswa menggunakan bank syariah.

selanjutnya untuk menjelaskan posisi dalam penelitian ini maka akan digambarkan dalam tabel berikut

**Tabel 1.1**

**Orisinalitas Penelitian**

| <b>NO</b> | <b>Nama, Tahun dan Judul Penelitian</b>  | <b>Persamaan</b>  | <b>Perbedaan</b>  | <b>Orisinalitas</b>   |
|-----------|--|---|---|---|
| 1         | Nurul Saraswati, (2016), Pengaruh Pengetahuan Masyarakat Terhadap Minat Nasabah Menjadi Nasabah Bank Muamalat KCP Magelang | Menggunakan pengetahuan sebagai variabel bebas Menggunakan pendekatan kuantitatif | Pengaruh promosi, lingkungan sosial sebagai varaibel bebas, minat mahasiswa muslim sebagai variabel terikat, dan religiusitas sebagai variabel moderasi | - Penggunaan tiga variabel independen yaitu pengetahuan, promosi, dan lingkungan sosial<br>- Penggunaan satu variabel terikat yaitu minat |

|   |  |   |   |  |
|---|--|---|---|--|
| 2 | Aris Purwanto, (2016), Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas Dan Tingkat Pendapatan Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah Boyolali             | Menggunakan pengetahuan sebagai variabel bebas. Menggunakan pendekatan kuantitatif                                | Pengaruh promosi, dan lingkungan sosial sebagai variabel bebas, minat mahasiswa muslim sebagai variabel terikat, dan religiusitas sebagai variabel moderasi | mahasiswa muslim<br>- Penggunaan satu variabel moderasi yaitu religiusitas<br>- Lokasi penelitian di UIN Malang dan UNISMA |
| 3 | Iin Emy Pratiwi dan Muhammad Naufal Zuhdi (2022), <i>Analysis of Factors Affecting Interest in Saving in Islamic Bank: Knowledge, Social Environment</i> | Menggunakan variabel pengetahuan dan lingkungan sosial sebagai variabel bebas. Menggunakan pendekatan kuantitatif | Pengaruh promosi sebagai variabel bebas, minat mahasiswa muslim sebagai variabel terikat, dan religiusitas sebagai variabel moderasi                        | - Subjek penelitian pada mahasiswa magister ekonomi syariah UIN Malang dan mahasiwa magister pendidikan                    |

|   |   |   |  |                       |
|---|---|---|--|-----------------------|
|   | <i>anda</i><br><i>Psychological</i><br><i>Factors</i>   |   |  | agama islam<br>UNISMA |
| 4 | Wahyu Utami,<br>dkk (2015),<br>Analisis Pengaruh<br>Religiusitas,<br>Kelempok<br>Referensi dan<br>Motivasi<br>Terhadap<br>Keputusan<br>Menabung di<br>Bank Syariah:<br>Studi Pada<br>Nasabah Bank<br>Syariah di Kota<br>Banjarmasin | Menggunakan<br>religiusitas<br>sebagai variabel<br>bebas.<br>Menggunakan<br>pendekatan<br>kuantitatif | Pengaruh<br>pengetahuan,<br>promosi,<br>lingkungan<br>sosial sebagai<br>variabel bebas<br>dan minat<br>mahasiswa<br>muslim sebagai<br>variabel terikat |                       |
| 5 | Dahrul Siregar,<br>dkk (2021),<br><i>Increasing</i><br><i>Customer'a</i><br><i>Saving Interest</i>  | Menggunakan<br>variabel<br>pengetahuan dan<br>promosi sebagai<br>variabel bebas                       | Pengaruh<br>lingkungan<br>sosial sebagai<br>variabel bebas,<br>minat   |                       |

|   |  |  |   |
|---|--|--|---|
|   | <i>thought</i><br><i>Religiosity</i><br><i>Product</i><br><i>Perception, and</i><br><i>Knowledge</i>   | Menggunakan<br>pendekata<br>kuantitatif  | mahasiswa<br>muslim sebagai<br>variabel terikat,<br>dan religiusitas<br>sebagai variabel<br>moderasi  |
| 6 | Sayyidatul<br>Maghfiroh,<br>(2018), Pengaruh<br>Religiusitas,<br>Pendapatan, dan<br>Lingkungan<br>Sosial Terhadap<br>Minat Menabung<br>Di Bank Syariah<br>Pada Santri<br>Pesantren<br>Mahasiswa<br>Darush Shalihat | Menggunakan<br>lingkungan<br>sosial sebagai<br>variabel terikat.<br>Menggunakan<br>pendekatan<br>kuantitatif | Menggunakan<br>pengetahuan,<br>promosi ebagai<br>variabel bebas,<br>minat<br>mahasiswa<br>muslim sebagai<br>variabel terikat,<br>dan religiusitas<br>sebagai variabel<br>moderasi |
| 7 | Rizal Prasasti<br>(2020) dengan<br>Judul “Pengaruh<br>Pengetahuan dan  | Menggunakan<br>pengetahuan<br>sebagai variabel<br>bebas, dan   | Menggunakan<br>lingkungan<br>sosial sebagai<br>variabel bebas   |

|   |  |  |   |
|---|--|--|---|
|   | Palayanan Terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Bank Syariah Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi  | religiusitas sebagai variabel moderasi Menggunakan pendekatan kuantitatif                                | dan minat mahasiswa muslim sebagai variabel terikat   |
| 8 | Oriesta Dhea Budi Utami dan Ratih Widhiastuti (2019), <i>The Effect of Sharia Bank Knowledge, Promotion, and Facilities on Saving Decisions at Sharia Bank with Saving Interest as</i> | Menggunakan variabel pengetahuan, dan promosi sebagai variabel bebas. Menggunakan pendekatan kuantitatif | Menggunakan variabel lingkungan sosial sebagai variabel bebas, minat sebagai variabel terikat, dan religiusitas sebagai variabel moderasi |

|    | <i>Mediation Variables</i>   |   |   |  |
|----|--|---|---|--|
| 9  | Sitti Aisya (2020), Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Masyarakat Kelurahan Siranindi Di Bank Muamalat Indonesia Palu Sulawesi Tengah | Menggunakan promosi sebagai variabel bebas. Menggunakan pendekatan kuantitatif                    | Pengaruh pengetahuan, dan lingkungan sosial sebagai variabel bebas, minat mahasiswa muslim sebagai variabel terikat, dan religiusitas sebagai variabel moderasi |  |
| 10 | Nur'aini, (2019), Analisis Pengaruh Tingkat Religiusitas, Pengetahuan dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung  | Menggunakan pengetahuan dan lingkungan sosial sebagai variabel bebas dan minat menabung mahasiswa | Pengaruh promosi sebagai variabel bebas dan religiusitas sebagai variabel moderasi  |  |

|    |  |  |  |  |
|----|--|--|--|--|
|    | Mahasiswa di Bank Syariah di Kota Malang   | sebagai variabel terikat.<br>Menggunakan pendekatan kuantitatif                                      |  |  |
| 11 | Rifat Maulidi, (2018), pengaruh Pengetahuan, Religiusitas dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Menggunakan Bank Syariah | Menggunakan pengetahuan lingkungan sosial sebagai variabel bebas. Menggunakan pendekatan kuantitatif | Pengaruh promosi sebagai variabel bebas, minat mahasiswa muslim sebagai variabel terikat, dan religiusitas sebagai variabel moderasi |  |

### 1.8 Definisi Operasional

1. Pengetahuan adalah keadaan mengetahui atau semua yang diketahui. Pengetahuan muncul ketika seseorang menggunakan pikirannya untuk mengenali objek atau peristiwa tertentu yang belum pernah dilihat atau dirasakan sebelumnya. Manusia pada hakikatnya adalah makhluk yang berpikir, merasa, berperilaku, bertindak, sikap dan tindakan muncul dari

informasi yang diterimanya melalui penginderaan dan pemikiran.  
(Muhammad, 2012)

2. Promosi merupakan bagian dari bauran pemasaran yang banyak digunakan. Promosi adalah ungkapan dalam arti luas tentang kegiatan yang dilakukan secara aktif oleh perusahaan (penjual) untuk mendorong konsumen membeli atau menggunakan produk yang ditawarkan.  
(Anoraga, 2009)
3. Lingkungan sosial adalah segala sesuatu yang ada di lingkungan alam yang memiliki arti atau efek tertentu pada setiap individu. Lingkungan sosial sebagai dasar pendidikan merupakan faktor kondisional yang mempengaruhi perilaku individu dan menjadi faktor yang penting.  
(Hamalik, 2016)
4. Minat adalah suatu rasa suka dan tertarik yang timbul dengan sendirinya terhadap sesuatu atau suatu aktivitas. Ketika seseorang tertarik pada sesuatu, mereka akan terus menerus terlibat dengan sesuatu tersebut.  
(Slameto, 2010)
5. Religiusitas adalah aturan-aturan Tuhan Yang Maha Esa, yang berdimensi vertikal dan horizontal yang mampu mendorong jiwa yang berakal untuk mengikuti aturan-aturan Tuhan menurut kehendaknya sendiri tanpa dipengaruhi untuk mendapatkan kebahagiaan di dunia dan di akhirat.  
(Sudarsono, 2012)

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1 Pengetahuan**

##### **2.1.1 Pengertian Pengetahuan**

Pengetahuan adalah keadaan mengetahui atau semua yang diketahui. Pengetahuan muncul ketika seseorang menggunakan pikirannya untuk mengenali objek atau peristiwa tertentu yang belum pernah dilihat atau dirasakan sebelumnya. Manusia pada hakikatnya adalah makhluk yang berpikir, merasa, berperilaku, bertindak, sikap dan tindakan muncul dari informasi yang diterimanya melalui penginderaan dan pemikiran. (Muhammad, 2012)

Menurut Anni (2016), Pengetahuan didefinisikan sebagai perilaku mengingat atau mengenali informasi yang telah dipelajari seseorang sebelumnya. Pengetahuan dapat diperoleh melalui berbagai media cetak, seperti media elektronik, atau melalui pengalaman sebelumnya. Pengetahuan adalah setiap informasi yang dimiliki konsumen tentang berbagai produk atau layanan tertentu, serta informasi yang relevan bagi mereka sebagai konsumen. (Sunyoto, 2013)

##### **2.1.2 Teori Pengetahuan**

Menurut Bakhtiar (2004), ada dua teori untuk menentukan hakikat pengetahuan yaitu dari realisme dan idealisme.

a. Realisme

Teori ini memiliki pandangan yang realistis terhadap alam. Teori ini menjelaskan bahwa pengetahuan merupakan gambaran yang sebenarnya tentang apa yang terjadi di dunia nyata. Teori ini juga membandingkan bahwa setiap pengetahuan atau gambaran tentang sesuatu yang ada di dalam pikiran adalah salinan dari yang asli yang ada di luar pikiran. Ini sama dengan gambar dalam foto yang menggambarkan realitas di luar gambar. Jadi, menurut teori realis, pengetahuan itu benar dan tepat jika sesuai dengan kenyataan.

b. Idealisme

Berbeda dengan teori realisme, teori idealisme mengklaim bahwa tidak mungkin memperoleh pengetahuan yang sesuai dengan apa yang terjadi di dunia nyata. Teori ini menganggap bahwa pengetahuan bersifat subyektif, timbul dari proses psikologis atau mental. Oleh karena itu, kaum idealis menganggap bahwa pengetahuan hanyalah citra subyektif dan bukan citra realitas objektif. Karena menurut teori ini, subjektivitas dianggap diketahui dari sudut pandang penulis deskripsi. Maka disimpulkan bahwa menurut teori ini pengetahuan tidak menggambarkan sifat dari keadaan yang sebenarnya, karena pengetahuan hanyalah gambaran (dari subyek) menurut pendapat atau pandangan orang yang mengetahui.

### 2.1.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengetahuan

Menurut Budiman (2013), ada beberapa faktor yang mempengaruhi pengetahuan, yaitu:

a. Pendidikan

Pendidikan merupakan upaya untuk mengembangkan kepribadian dan keterampilan di dalam dan di luar sekolah, dan berlangsung sepanjang hayat. Pendidikan mempengaruhi proses belajar, semakin tinggi pendidikan maka semakin mudah baginya untuk memperoleh ilmu.

b. Massa dan Media Informasi

Pengetahuan yang didapat dari pendidikan formal dan informal yang dapat mempengaruhi pengetahuan tentang sesuatu dalam jangka pendek.

c. Sosial Budaya dan Ekonomi

Adat istiadat dan tradisi yang dilakukan orang tanpa mempertimbangkan apakah yang dilakukan itu baik atau buruk. Status ekonomi seseorang juga menentukan ketersediaan ruang yang dibutuhkan untuk suatu kegiatan tertentu, sehingga status sosial ekonomi mempengaruhi pengetahuannya..

d. Lingkungan

Lingkungan adalah sesuatu yang mengikat, seperti lingkungan fisik, biologis, dan sosial. Lingkungan sangat besar pengaruhnya bagi manusia dalam mengembangkan ilmu pengetahuan.

e. Pengalaman

Pengalaman adalah cara untuk membenarkan sesuatu dengan mengetahui secara pasti apa masalahnya, jadi pengalaman adalah cara lain untuk menambah pengetahuan.

f. Usia

Seiring bertambahnya usia, pemahaman dan cara berpikir seseorang akan meningkat. Dengan cara ini, pengetahuan yang diperoleh juga meningkat.

## **2.2 Promosi**

### **2.2.1 Pengertian Promosi**

Promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran dengan menyebarkan informasi, mempengaruhi/meyakinkan, dan/atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar siap menerima, membeli dan loyal terhadap penawaran tersebut. (Tjiptono, 2010)

Menurut Cannon (2009), Promosi adalah transmisi informasi antara penjual dan pembeli potensial atau orang lain yang bertujuan untuk mempengaruhi sikap dan perilaku.

Menurut Kotler dan Armstrong (2012), "*promotion means activities that communicate the merits of the product and persuade target customers to buy it*", artinya promosi merupakan kegiatan yang menjerlaskan manfaat dari sebuah produk dan membujuk target konsumen untuk membeli produk tersebut.

Dari definisi yang telah dijelaskan maka dapat disimpulkan promosi adalah aktifitas untuk memperkenalkan suatu produk kepada konsumen dengan cara memberi informasi, mempengaruhi agar membeli atau menggunakan suatu produk tertentu.

### **2.2.2 Tujuan Promosi**

Promosi bertujuan untuk menginformasikan, mempengaruhi, membujuk, dan mengingatkan pelanggan tentang perusahaan dan bauran pemasarannya. (Tjiptono, 2010)

Menurut Kuncoro (2010), secara sederhana tujuan promosi terbagi menjadi tiga jenis, yaitu:

- a. Menginformasikan pelanggan tentang produk atau fitur baru
- b. Membuat pelanggan ingat terhadap merek perusahaan
- c. Membuat pelanggan untuk membeli

### **2.2.3 Fungsi Promosi**

Menurut Tjiptono (2010), fungsi dari promosi adalah:

- a. Mencari dan menapatkan perhatian dari calon konsumen. Perhatian calon konsumen merupakan titik awal proses pengambilan keputusan dalam membeli atau menggunakan suatu produk
- b. Menciptakan dan menumbuhkan interest pada diri calon konsumen. Perhatian yang telah diberikan oleh calon konsumen mungkin saja berhenti atau lanjut ketahap berikutnya yaitu itu timbulnya rasa tertarik kepada suatu produk

- c. Pengembangan rasa ingin tahu (*desire*) calon konsumen untuk memiliki atau menggunakan produk yang ditawarkan. Poin ini merupakan tindak lanjut dari tahap sebelumnya.

#### **2.2.4 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Promosi**

Menurut Kotler dan Amstrong (2012) promosi terdiri dari 5 faktor, yaitu:

- a. *Advertising* (Periklanan)

Setiap pengenalan dan iklan impersonal yang dibayar oleh sponsor untuk menampilkan ide, barang, atau layanan. Periklanan dipandang sebagai manajemen citra, yang tujuannya adalah untuk menciptakan dan mempertahankan hak cipta dan makna di benak konsumen. Bentuk iklan ini seperti billboard, iklan televisi dan bentuk lainnya.

- b. *Sales Promotion* (Promosi Penjualan)

Insentif jangka pendek untuk mendorong pembelian atau penjualan produk atau jasa. Bentuk promosi yang digunakan mencakup *discounts*, *coupons*, *displays*, *demonstrations*, *contests*, *sweeptakes*, dan *events*

- c. *Personal Selling* (Perjualan Perseorangan)

Presentasi personal oleh karyawan untuk menghasilkan pendapatan dan membangun hubungan dengan pelanggan. Bentuk promosi yang digunakan diantaranya: *presentations*, *trade shows*, dan *incentive programs*.

d. *Public Relations* (Hubungan Masyarakat)

Membangun hubungan baik dengan publik untuk mendapatkan publisitas positif dan membangun citra perusahaan yang baik. Bentuk promosi ini diantaranya: *press releases, sponsorships, special events*, dan *web pages*.

e. *Direct Marketing* (Penjualan Lansung)

Kontak langsung dengan konsumen untuk mendapatkan *fast respon* dan membangun hubungan yang baik dengan konsumen, bentuk promosi ini diantaranya: *catalogs, telephone marketing, kiosks, internet, mobile marketing*, dan lainnya.

## **2.3 Lingkungan sosial**

### **2.3.1 Pengertian Lingkungan Sosial**

Lingkungan sosial adalah segala sesuatu yang ada di lingkungan alam yang memiliki arti atau efek tertentu pada setiap individu. Lingkungan sosial sebagai dasar pendidikan merupakan faktor kondisional yang mempengaruhi perilaku individu dan menjadi faktor yang penting. (Hamalik, 2016)

Purwanto (2011), menjelaskan lingkungan sosial adalah semua orang lain atau orang-orang yang mempengaruhi kita. Pengaruh lingkungan sosial adalah sesuatu yang kita alami secara langsung dan sebagian tidak langsung. Lingkungan sosial sangat besar pengaruhnya, terutama terhadap pertumbuhan intelektual dan kepribadian. Kepribadian manusia tidak dapat dirumuskan sebagai suatu totalitas individu tanpa sekaligus membangun

hubungannya dengan lingkungannya. Keseluruhan individu disebut kepribadian ketika seluruh sistem psikofisiknya, termasuk kemampuan, keterampilan, dan karakteristik aktivitasnya, terwujud secara khusus dalam adaptasi dengan lingkungannya.

Dari definisi yang telah dijelaskan, dapat disimpulkan lingkungan sosial adalah segala Sesuatu yang ada di sekitar kita yang bisa mempengaruhi kita dalam pertumbuhan, membentuk karakter, mengambil keputusan, dan lain sebagainya.

### **2.3.2 Aspek-Aspek Lingkungan Sosial**

Menurut Purwanto (2011), aspek lingkungan sosial yang didapat oleh individu melalui 3 hal, yaitu:

a. Lingkungan Keluarga

Lingkungan keluarga memegang peranan yang sangat penting dalam mengembangkan anak menjadi pribadi yang berguna bagi masyarakat. Pendidikan keluarga adalah pendidikan orang tua kepada anaknya berdasarkan kasih sayang kepada anak. Orang tua adalah pendidik yang sejati, maka kasih sayang orang tua kepada anaknya juga harus menjadi cinta sejati.

b. Lingkungan Sekolah

Masyarakat mendirikan sekolah untuk memenuhi kebutuhan keluarga yang sudah tidak mampu lagi mempersiapkan anak-anaknya untuk hidup. Maksudnya mempersiapkan anak dengan kecerdasan dan keterampilan yang memadai untuk hidup dalam masyarakat modern yang

berbudaya tinggi tidak cukup bagi anak untuk menerima pendidikan dan pelatihan hanya dari keluarganya.

c. Lingkungan Masyarakat

Lingkungan masyarakat meliputi unsur individu, kelompok, sumber daya alam, sumber budaya, sistem nilai dan norma, situasi atau situasi problematis, dan berbagai hambatan dalam masyarakat secara keseluruhan.

## **2.4 Minat**

### **2.4.1 Pengertian Minat**

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia minat memiliki arti kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu, gairah, keinginan. Jadi harus ada sesuatu yang ditimbulkan, baik dari dalam dirinya maupun dari luar untuk menyukai sesuatu.

Minat dapat diartikan sebagai menyukai dan tertarik terhadap sesuatu atau suatu kegiatan tanpa ada pemaksaan. Minat pada hakekatnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu yang bersifat eksternal. Semakin kuat atau dekat hubungannya, semakin besar minatnya. (Suryabrata, 2002)

Menurut Slameto (2010), Minat adalah suatu rasa suka dan tertarik yang timbul dengan sendirinya terhadap sesuatu atau suatu aktivitas. Ketika seseorang tertarik pada sesuatu, mereka akan terus menerus terlibat dengan sesuatu tersebut

Menurut Wasid (2011), minat merupakan perpaduan keinginan dengan kemauan yang dapat berkembang. Sedangkan menurut Assauri (2011), minat adalah perasaan suka atau senang dan perasaan tertarik terhadap suatu objek atau kegiatan tanpa dikomunikasikan atau pada umumnya cenderung mencari objek yang diinginkan.

Menurut Kotler dan Amstrong (2012) minat menabung dapat diartikan sebagai minat beli, minat beli adalah perilaku yang muncul dari respon barang yang menunjukkan keinginan pelanggan untuk membeli barang tertentu. *“Buying interest is a consumer's self-instruction to make a purchase of a product, plan, take relevant actions such as proposing (initiator) recommending (influencer), choosing and finally making a decision to make a purchase”*, artinya minat beli adalah instruksi diri konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk, merencanakan, mengambil tindakan yang relevan seperti mengusulkan (initiator) merekomendasikan (influencer), memilih dan akhirnya membuat keputusan untuk melakukan pembelian. (Percy dan Rossiter (1992)

Berdasarkan definisi yang telah diuraikan maka dapat disimpulkan, minat adalah suatu rasa ketertarikan terhadap suatu objek yang bisa dipengaruhi oleh beberapa faktor.

#### **2.4.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat**

Menurut Crow and crow dalam Shaleh (2015), minat bisa dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu:

### 1. Faktor dari Dalam (Internal)

Faktor internal adalah faktor yang timbul dari rangsangan kebutuhan individu, faktor tersebut merupakan faktor yang berhubungan dengan beberapa hal, seperti motif, fisik, rasa takut, rasa sakit dan juga berbagai dorongan lainnya seperti rasa keingintahuan, dan lain sebagainya.

### 2. Faktor Motif Sosial

Faktor ini mengarah kepada penyesuaian diri yang membangkitkan minat seseorang karena dipengaruhi oleh lingkungan dengan tujuan untuk melakukan aktivitas tertentu seperti menggunakan produk dan jasa bank syariah karena mayoritas orang dilingkungannya menggunakan produk dan jasa bank syariah.

### 3. Faktor Emosional

Faktor emosional yang dimaksud dalam hal ini adalah faktor yang erat kaitannya dengan perasaan atau emosi, artinya keberhasilan dalam melakukan suatu aktivitas meningkatkan minat seseorang, sedangkan kegagalan meningkatkan minat dalam aktivitas dapat menurun. Contoh: produk yang dipromosikan dengan baik maka akan membangkitkan perasaan konsumen untuk membeli produk tersebut.

## **2.5 Religiusitas**

### **2.5.1 Pengertian Religiusitas**

Kata religi merupakan bahasa serapan dari kata *religion* (Inggris) dan *religiously* (Belanda). Kedua kata tersebut memiliki akar kata dari bahasa

latin “*religion*” yang berasal dari kata “*relegare*” yang berarti “mengikat”. Istilah agama muncul sebagai apa yang disebut religiusitas. (Khotimah, 2018)

Kata dasar *relegare* berarti mengikat, dimana arti kata mengikat adalah mengikat diri pada kekuatan magis yang suci. Dipercaya bahwa kekuatan ini dapat menentukan jalan hidup dan mempengaruhi kehidupan manusia di dunia ini. Dengan demikian dapat diartikan bahwa kata religi mempunyai arti kepercayaan akan suatu kekuatan gaib yang suci yang dapat menentukan arah hidup dan kehidupan manusia menurut aturan dan norma yang ketat, sehingga tidak berpaling dan menyimpang dari ketetapan-Nya dalam kehidupan. (Muhaimin, 2005)

Menurut Harun Nasution yang dikutip oleh Afianti (2019), menyebutkan Religiusitas sebagai internalisasi nilai-nilai ajaran agama yang tidak dianggap mustahil dan tidak bertentangan dengan logika yang diekspresikan dalam masyarakat. Religiusitas menyangkut keadaan dalam diri seseorang yang mendorongnya untuk berpikir, bersikap, bersikap dan bertindak sesuai dengan ajaran agamanya..

Dari definisi yang telah disebutkan, maka dapat disimpulkan bahwa religiusitas adalah tingkat keyakinan seseorang dalam menyakini agamanya.

### **2.5.2 Dimensi Religiusitas**

Menurut Glock dan Stark seperti yang dikutip oleh Ancok (2011), terdapat lima dimensi religiusitas, yaitu:

- a. Dimensi Keyakinan/ Ideologi

Dimensi ini berkaitan dengan seberapa tingkat keyakinan seseorang terhadap kebenaran ajaran agamanya, terutama terhadap ajaran-ajaran yang fundamental atau bersifat dogmatis. Dalam konteks islam dimensi ini berisi rukun iman yang terdiri dari 6 buah, yaitu percaya kepada Allah SWT, percaya kepada malaikat, percaya kepada Rasul-Nya, percaya kepada kitab Allah, percaya pada hari kiamat, percaya pada *qadha* dan *qadhar*.

b. Dimensi Praktik

Dimensi ini merujuk pada kewajiban dan ketaatan manusia terhadap ajaran agamanya, yang dalam Islam berwujud ritual atau ibadah. Dimensi ini meliputi kegiatan-kegiatan seperti pelaksanaan shalat, puasa, zakat, haji (bila mampu), membaca Al-Qur'an, berdoa dan lain-lain.

c. Dimensi Pengalaman

Dimensi pengalaman mengacu pada seberapa tinggi seseorang merasakan dan mengalami perasaan dan pengalaman keagamaan. Dalam Islam, dimensi ini meliputi perasaan dekat dengan Allah, dicintai Allah, doa terkabul, perasaan tenteram dan bahagia beribadah kepada Allah SWT, terhindar dari musibah, penghasilan tak terduga seperti hadiah, bonus, dan-lain-lain.

d. Dimensi Pengetahuan Agama

Dimensi ini merujuk pada tingkat pengetahuan dan pemahaman seseorang terhadap ajaran agamanya, khususnya ajaran-ajaran esensial

Kitab Suci. Dalam islam, dimensi ini mencakup pengetahuan tentang isi Alquran, pokok-pokok ajaran yang diyakini dan diamalkan, hukum Islam, dan pemahaman prinsip-prinsip ilmiah yang berkaitan dengan agama.

e. Dimensi Konsekuensi

Dimensi ini merujuk pada seberapa besar pengaruh ajaran agama terhadap perilaku muslim. Dimensi ini tercermin dalam perilaku manusia yang saleh (memenuhi perintah dan menjauhi larangan), yang meliputi perilaku suka menolong, memberi sedekah, adil kepada orang lain, kejujuran, korupsi, tidak minum-minuman keras dan tidak berjudi.

### **2.5.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Religiusitas**

Thouless (2000), sikap keagamaan dipengaruhi oleh tiga faktor yaitu:

a. Pengaruh pendidikan atau pengajaran dan tekanan sosial

Faktor ini mencakup semua pengaruh sosial perkembangan agama, termasuk pendidikan orang tua, tradisi sosial, tekanan dari lingkungan sosial untuk menyesuaikan diri dengan berbagai pendapat dan sikap yang diterima lingkungan.

b. Faktor pengalaman

Faktor ini mencakup berbagai jenis pengalaman yang dapat membentuk sikap keagamaan, terutama pengalaman mengenai:

- 1) Keindahan, keselarasan, dan kebaikan didunia lain
- 2) Konflik moral

- 3) Pengalaman emosional keagamaan
- 4) Faktor-faktor yang timbul dari kebutuhan-kebutuhan yang tidak terpenuhi sebelumnya.

c. Faktor intelektual

Faktor ini mencakup proses pemikiran verbal yaitu proses penalaran atau rasionalisasi

## **2.6 Pengaruh Antar Variabel**

### **2.6.1 Pengaruh Pengetahuan Terhadap Minat Mahasiswa Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia**

Seseorang yang memiliki pengetahuan berupa informasi tentang sesuatu berarti ia telah mengenalnya dengan baik. karena pengetahuan merupakan perubahan sikap perilaku seseorang yang dihasilkan dari akumulasi pengalaman. (Kotler dan Amstrong, 2012)

Maka sudah sepantasnya pengetahuan sangat bisa mempengaruhi minat mahasiswa untuk menjadi nasabah BSI, penelitian pengaruh pengetahuan terhadap minat telah dilakukan oleh Amalia (2018), yang menunjukkan faktor pengetahuan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat dalam menabung uangnya di bank syariah.

Dari penelitian yang telah dilakukan maka dapat diajukan hasil hipotesis sebagai berikut

**Ha1: pengetahuan berpengaruh terhadap minat mahasiswa muslim di Kota Malang Untuk menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia**

## **2.6.2 Pengaruh Promosi Terhadap Minat Mahasiswa Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia**

Promosi bertujuan untuk menginformasikan, mempengaruhi, membujuk, dan mengingatkan pelanggan tentang perusahaan dan bauran pemasarannya. (Tjiptono, 2010)

Promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran dengan menyebarkan informasi, mempengaruhi/meyakinkan dan/atau mengingatkan pasar sasaran perusahaan dan produknya agar siap menerima, membeli dan loyal terhadap penawaran tersebut..

Penelitian pengaruh promosi terhadap minat seseorang menabung di bank syariah telah dilakukan oleh (Musyaffa & Iqbal, 2022), yang menemukan bahwa faktor promosi berpengaruh signifikan terhadap minat seseorang untuk membuka tabungan di bank syariah. tingginya promosi terhadap seorang muslim tentang bank syariah akan meningkatkan minat orang tersebut untuk menabung di bank syariah.

Dari penjelasan yang telah diuraikan, maka dapat diajukan hipotesis sebagai berikut:

**Ha2: promosi berpengaruh terhadap minat mahasiswa muslim di Kota Malang Untuk menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia**

### **2.6.3 Pengaruh Lingkungan Sosial Terhadap Minat Mahasiswa Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia**

Lingkungan sosial adalah segala sesuatu yang ada di lingkungan alam yang memiliki arti atau efek tertentu pada setiap individu. Lingkungan sosial sebagai dasar pendidikan merupakan faktor kondisional yang mempengaruhi perilaku individu dan menjadi faktor yang penting. (Hamalik, 2016)

Dari pengertian yang telah disebutkan, diketahui bahwa variabel lingkungan sosial dapat mempengaruhi seseorang dalam mengambil keputusan. Penelitian pengaruh lingkungan sosial terhadap minat masyarakat untuk menabung di bank syariah telah dilakukan oleh Sayyidatul Maghfiroh (2018), yang menemukan bahwa lingkungan sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap minat menabung di bank syariah.

Dari penelitian yang telah dilakukan, maka dapat diajukan hipotesis sebagai berikut:

**Ha3: lingkungan sosial berpengaruh terhadap minat mahasiswa muslim di Kota Malang Untuk menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia**

### **2.6.4 Pengaruh Religiusitas yang Memoderasi Pengetahuan Terhadap Minat Mahasiswa Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia**

Pengetahuan tentang bank syariah saja tidak cukup membuat seseorang tertarik untuk menggunakan jasa perbankan syariah. Berdasarkan penelitian sebelumnya, hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh pengetahuan terhadap minat menabung masih berubah-ubah, kadang

signifikan kadang tidak. Hal tersebut terjadi dikarenakan ada faktor lain yang mempengaruhi yaitu religiusitas konsumen.

Penelitian Azzahra (2016) menemukan bahwa religiusitas sebagai variabel moderasi dapat memperkuat pengaruh pengetahuan terhadap preferensi menabung di Bank Syariah.

Dari penelitian yang telah dilakukan maka dapat diajukan hipotesis sebagai berikut:

**Ha4: religiusitas sebagai variabel moderasi dapat mempengaruhi pengetahuan terhadap minat mahasiswa muslim di Kota Malang untuk menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia**

#### **2.6.5 Pengaruh Religiusitas yang Memoderasi Promosi Terhadap Minat Mahasiswa Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia**

Menurut Handayani (2019), religiusitas adalah sikap atau kesadaran yang muncul dari keimanan atau keyakinan seseorang. Sikap religius merupakan kondisi yang ada dalam diri seseorang yang membuatnya berperilaku sesuai dengan tingkat ketaatannya terhadap agama.

Menurut Kotler dan Amstrong (2012), "*promotion means activities that communicate the merits of the product and persuade target customers to buy it*", artinya promosi merupakan kegiatan yang menjelaskan manfaat dari sebuah produk dan membujuk target konsumen untuk membeli produk tersebut

Menurut penelitian (Sari & Ratno, 2020), menemukan variabel religiusitas dapat memoderasi pengaruh promosi terhadap keputusan

menabung di bank syariah, karna semakin tinggi tingkat religiusitas maka akan semakin tinggi promosi terhadap keputusan. Dari penelitian terdahulu maka dapat diajukan hasil hipotesis sebagai berikut:

**Ha5: religiusitas sebagai variabel moderasi dapat mempengaruhi promosi terhadap minat mahasiswa muslim di Kota Malang untuk menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia**

#### **2.6.6 Pengaruh Religiusitas yang Memoderasi Lingkungan Sosial Terhadap Minat Mahasiswa Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia**

Lingkungan sosial punya hubungan dengan minat menabung. Hubungan antara lingkungan sosial dengan keputusan menabung adalah jika mahasiswa memiliki lingkungan yang cenderung menabung di bank syariah, hal ini dapat menimbulkan rasa ingin tahu tentang bank syariah. Rasa ingin tahu inilah yang akhirnya membentuk minat dan ketertarikan mahasiswa untuk menabung di bank syariah. Oleh karena itu, hal tersebut dapat dijadikan peluang bagi bank syariah untuk meningkatkan jumlah nasabahnya. (Yanti, 2021).

Menurut Penelitian Febri Lianita (2022), mengatakan religiusitas dapat memoderasi lingkungan sosial terhadap keputusan mahasiswa untuk menabung di bank syariah. Dengan adanya religiusitas maka akan terciptanya lingkungan sosial yang baik dan juga tentunya akan lebih meningkatkan tingkat keyakinan seseorang terhadap bank syariah Indonesia. Dari penelitian yang telah dilakukan maka dapat diajukan hipotesis sebagai berikut:

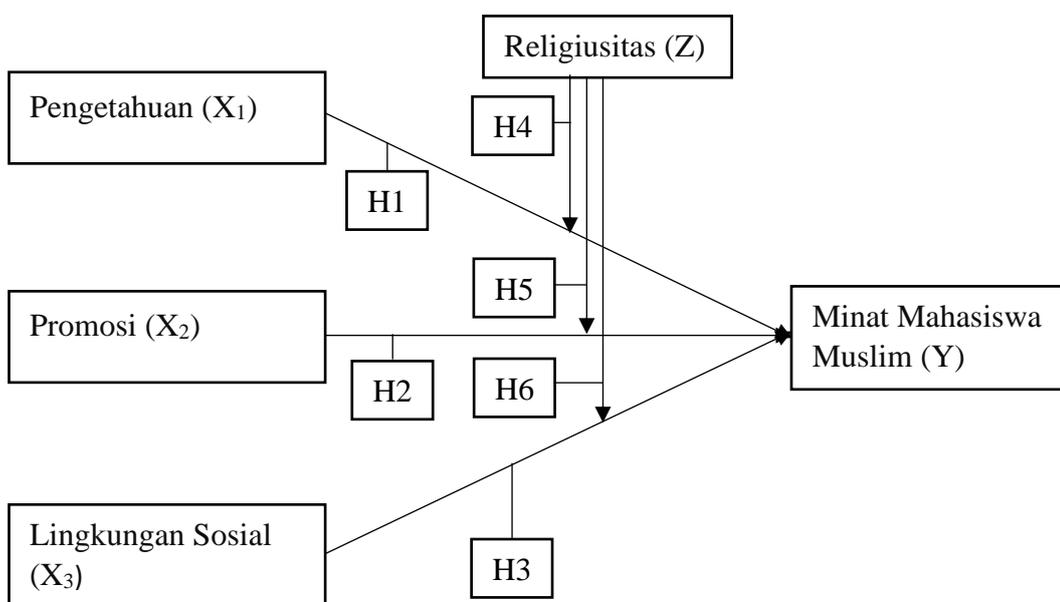
**Ha6: religiusitas sebagai variabel moderasi dapat mempengaruhi lingkungan sosial terhadap minat mahasiswa muslim di Kota Malang untuk menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia**

## 2.7 Kerangka Konseptual

Pada penelitian ini akan dilihat seberapa jauh pengaruh variabel pengetahuan ( $X_1$ ), religiusitas ( $X_2$ ), promosi ( $X_3$ ), dan lingkungan sosial ( $X_4$ ) terhadap minat mahasiswa ( $Y_1$ ) muslim Kota Malang untuk menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia dengan religiusitas ( $Z$ ) sebagai variabel moderasi. Keterkaitan hubungan antar variabel tersebut diperkirakan akan menghasilkan pengaruh yang kuat antara satu dengan yang lainnya. Adapun kerangka berpikir dapat digambarkan sebagai berikut:

**Gambar 2.1**

### Kerangka Konseptual



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan explanatory. Menurut (Sugiyono, 2017) menyebutkan bahwa explanatory research merupakan metode penelitian yang bermaksud menjelaskan kedudukan variabel-variabel yang diteliti serta pengaruh antara variabel satu dengan variabel lainnya. Metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang tujuannya untuk menjelaskan fenomena dengan menggunakan data numerik, kemudian menganalisisnya menggunakan statistik pada pertanyaan atau hipotesis penelitian tertentu dan membuat prediksi bahwa suatu variabel tertentu akan mempengaruhi variabel lain. (Saputra, 2012)

Pendekatan kuantitatif merupakan jenis kegiatan penelitian yang spesifikasinya sistematis, terencana dan terstruktur dengan jelas sebagai titik awal untuk membuat rencana penelitian yang meliputi tujuan penelitian, subjek penelitian, objek penelitian, sampel data, sumber data, dan metodologinya (mulai dari pengumpulan data sampai analisis data) (Suhardi, 2009). Subyek yang digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa muslim yang berada di Kota Malang.

### 3.2 Variabel Penelitian

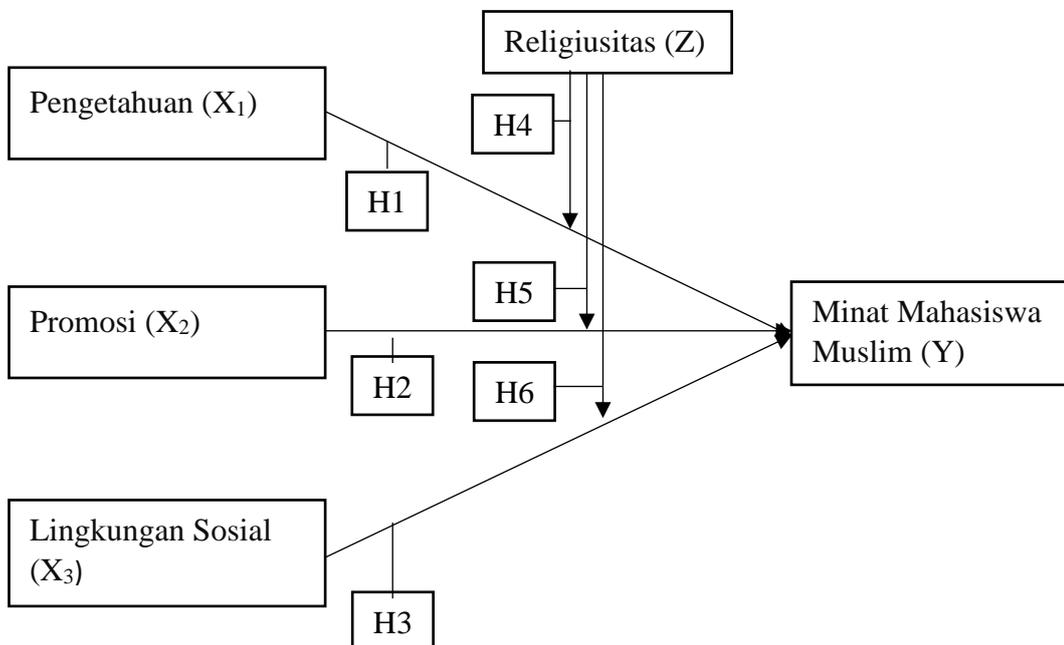
Variabel pada dasarnya adalah segala sesuatu yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari guna memperoleh informasi yang dapat ditarik kesimpulannya. (Kuncoro, 2004)

Variabel pada penelitian ini terdiri dari tiga variabel bebas yang terdiri dari pengetahuan ( $X_1$ ), promosi ( $X_2$ ), dan lingkungan sosial ( $X_3$ ), satu variabel terikat yaitu minat mahasiswa muslim ( $Y$ ), dan satu variabel moderasi yaitu Religiusitas ( $Z$ )

**Gambar 3.1**

**Analisis Antar Variabel Independen (X), Variabel Dependen (Y), dan**

**Variabel Moderasi (Z)**



**Keterangan:**

$X_1$  = Pengetahuan

|    |                          |
|----|--------------------------|
| X3 | = Promosi                |
| X4 | = Lingkungan Sosial      |
| Y  | = Minat Mahasiswa Muslim |
| Z  | = Religiusitas           |

### **3.3 Populasi dan Sampel**

#### **3.3.1 Populasi**

Menurut Sugiyono (2017), populasi adalah domain generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang punya kualitas dan karakteristik tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah sejumlah mahasiswa muslim di Kota Malang

#### **3.3.2 Sampel**

Sugiyono (2017), Sampel adalah subjek atau objek penelitian yang dipilih untuk mewakili seluruh populasi. Hal ini dilakukan untuk menghemat waktu dan biaya. sampel yang diambil dari populasi harus benar-benar representatif, karena kesimpulan yang dihasilkan merupakan kesimpulan dari populasi. Maka dari itu peneliti diuntut untuk berhati-hati dalam menentukan sampel. Sampel adalah sebagian atau sejumlah tertentu yang diambil dari suatu populasi dan diteliti secara mendetail, sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik populasi itu.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu. *Purposive sampling* adalah

pengambilan sampel yang berdasarkan suatu pertimbangan atau kriteria yang tertentu yang dibuat oleh peneliti seperti sifat-sifat populasi ataupun ciri-ciri yang sudah diketahui sebelumnya. (Sugiyono, 2017)

Adapun kriteria yang telah ditetapkan oleh peneliti adalah mahasiswa yang beragama islam yang terdaftar di kampus dengan peringkat 5 (lima) besar di Kota Malang, yaitu Universitas Brawijaya (UB), Universitas Malang (UM), Universitas Muhammadiyah Malang (UMM), UIN Malana Malik Ibrahim Malang, Universitas Islam Malang (UNISMA), dan yang telah menggunakan rekening BSI selama 1,5 Tahun. Maka responden dalam penelitian ini yaitu beberapa mahasiswa yang mewakili kampus-kampus yang telah disebutkan, dengan sampel sebagai berikut:

**Tabel 3.1**  
**Sampel Mahasiswa Muslim di Kota Malang**

| No    | Universitas | Jumlah Mahasiswa |
|-------|-------------|------------------|
| 1     | UB          | 17               |
| 2     | UM          | 20               |
| 3     | UMM         | 34               |
| 4     | UIN Malang  | 66               |
| 5     | UNISMA      | 27               |
| Total |             | 164              |

### 3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data digunakan untuk mengumpulkan informasi sesuai dengan metode penelitian untuk mendapatkan data yang dibutuhkan. Menurut Sugiyono (2017), teknik pengumpulan data merupakan

tahapan penelitian yang paling strategis karena tujuan utama penelitian adalah mengumpulkan data. Dalam penelitian ini Teknik pengumpulan data menggunakan metode angket (kuesioner). Kuesioner adalah daftar pertanyaan yang diajukan kepada subjek penelitian yang bersedia menjawab sesuai dengan preferensi pengguna. (Bawono, 2006)

Angket dalam penelitian ini dikonstruksikan ke dalam enam jenis angket, yaitu:

1. Angket untuk pengetahuan
2. Angket untuk promosi
3. Angket untuk lingkungan sosial
4. Angket untuk religiusitas memoderasi pengetahuan
5. Angket untuk religiusitas memoderasi promosi
6. Angket religiusitas memoderasi lingkungan sosial

Dari pemaparan di atas dapat disimpulkan bahwa semua data penelitian diperoleh melalui angket dan bersumber dari pendapat para mahasiswa yang beragama islam yang terdaftar di kampus dengan peringkat 5 besar di Kota Malang. Dalam penelitian ini, peneliti sepenuhnya terlibat dalam pengumpulan data. Subjek penelitian yang bersedia menjawab angket terlebih dulu diberitahu tujuan, maksud dan isi dari penyebaran angket. Semua yang terlibat dalam proses tersebut berada dalam pengawasan peneliti. Adapun waktu pengumpulan data dilaksanakan dari tanggal 15 November 2022 sampai 10 Desember 2022.

### 3.5 Instrumen Penelitian

Sugiyono (2017), Instrumen penelitian merupakan alat untuk mengumpulkan data. Non tes yaitu berupa survey atau angket digunakan sebagai alat atau instrumen pengumpulan data dalam penelitian ini. Pernyataan atau pertanyaan kuesioner atau survei dikembangkan berdasarkan teori yang relevan untuk setiap variabel penelitian. Pernyataan atau pertanyaan dalam kuesioner atau survei diukur dengan skala *Likert*, skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Tanggapan terhadap pernyataan atau pertanyaan untuk setiap item mencakup tanggapan dari mereka yang sangat setuju atau sangat tidak setuju. Dapat digambarkan sebagai berikut. (Sugiyono, 2017)

**Tabel 3.2**  
**Alternatif Jawaban**

| No | Keterangan          | Skor |
|----|---------------------|------|
| 1  | Sangat Setuju       | 5    |
| 2  | Setuju              | 4    |
| 3  | Kurang Setuju       | 3    |
| 4  | Tidak Setuju        | 2    |
| 5  | Sangat Tidak Setuju | 1    |

Pada saat mengukur variabel penelitian, responden diminta mengungkapkan pengamatannya dengan memilih jawaban dalam skala satu sampai lima. Pertanyaan dan survei tentang pengetahuan, promosi, lingkungan sosial, minat, dan religiusitas yang dijelaskan dengan bantuan

variabel dan indikator. Setiap indikator diwakili oleh angket sebagai alat ukur. Pengembangan instrumen untuk masing-masing variabel penelitian adalah sebagai berikut:

**Tabel 3.3**  
**Pengembangan Instrumen**

| <b>NO</b> | <b>Variabel</b>   | <b>Indikator</b>                             | <b>Item</b>  | <b>Sumber</b>                      |
|-----------|-------------------|--|--|------------------------------------|
| 1         | Pengetahuan Ujang | 1. pengetahuan Produk                        | a. saya mengetahui bank Bank Syariah Islam<br>b. Mengetahui tentang produk BSI   | Sumarwan Ujang (2011)              |
|           |                   | 2. Pengetahuan Pembelian                     | a. Saya mengetahui perbedaan bank syariah dengan konvensional dalam pembiayaan<br>b. Mengetahui prosedur untuk memiliki rekening BSI |                                    |
|           |                   | 3. Pengetahuan Pemakaian                     | a. Mengetahui manfaat dalam menggunakan produk BSI   |                                    |
| 2         |                   | 1. Adversiting (Periklanan)                  | a. Iklan menarik dan menjanjikan   | Promosi Kotler dan Amstrong (2012) |
|           |                   | 2. Sales Promotion (Promosi Penjualan)       | a. Promosi penjualan memberikan informasi yang memudahkan  |                                    |
|           |                   | 3. Personal Selling (penjualan perseorangan) | a. Adanya stan di ivent-ivent tertentu yang memudahkan masyarakat mencari informasi tentang BSI                                      |                                    |

|   |                   |   |  |                                  |
|---|-------------------|---|--|----------------------------------|
|   |                   | 4. Public Relations (Hubungan Masyarakat) | a. Informasi yang diberikan oleh para pegawai BSI  |                                  |
| 3 | Lingkungan Sosial | 1. Lingkungan Keluarga                    | a. Informasi dari orang tua dan saran perihal BSI<br>b. Informasi dan saran dari saudara perihal BSI   | Purwanto (2011)                  |
|   |                   | 2. Lingkungan sekolah                     | a. Informasi dan saran dari guru/dose perihal BSI  |                                  |
|   |                   | 3. Lingkungan Masyarakat                  | a. Informasi dan saran perihal BSI dari tokoh agama/ tokoh masyarakat<br>b. Informasi dan saran dari tetangga perihal BSI<br>c. Informasi dan saran dari teman perihal BSI |                                  |
| 4 | Minat             | 1. Faktor Dari Dalam                      | a. Keinginan yang muncul dari diri seseorang untuk menggunakan produk/jasa atau melakukan penyimpanan di BSI   | Crow and Crow dalam Saleh (2015) |
|   |                   | 2. Faktor Motif Sosial                    | a. Keinginan yang muncul untuk menggunakan produk/jasa BSI karena ingin memenuhi kebutuhan sosial  |                                  |

|   |                |   |   |                                    |
|---|----------------|---|---|------------------------------------|
|   |                | 3. Faktor Emosional/<br>perasaan  | a. keinginan menggunakan produk/jasa BSI karena dipengaruhi oleh emosional/<br>perasaan |                                    |
| 5 | Religiusitas   | 1. Keyakinan  | a. Keyakinan kepada Allah<br>b. Keyakinan kepada Malaikat<br>c. Keyakinan kepada Rasul  | Glock and Stark dalam Ancok (2011) |
|   |                | 2. Praktik  | a. Melaksanakan segala perintah dan menjauhi segala larangan                            |                                    |
|   |                | 3. Pengalaman   | a. Merasa hidup Bahagia   |                                    |
|   |                | 4. Pengetahuan Agama  | a. Mengetahui hukum riba<br>b. Memahami akad yang digunakan di BSI                      |                                    |
|   | 5. Konsekuensi | a. Mematuhi perintahnya akan mendapatkan pahala<br>b. Melanggar perintahnya akan mendapatkan dosa |   |                                    |

### 3.6 Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan penyederhanaan data dalam bentuk yang mudah untuk diinterpretasikan. Menurut Sugiyono (2017) analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden terkumpul. Dalam analisis data tentunya ada langkah-langkah yang harus dilakukan sebagai berikut:

### 3.6.1 Mencari Data Mentah

Data mentah merupakan data yang diperoleh secara rill dari lapangan yang bersumber langsung dari yang diteliti oleh peneliti yang berupa angket yang telah diisi oleh mahasiswa yang beragama islam yang terdaftar di kampus Universitas Brawijaya (UB), Universitas Malang (UM), Universitas Muhammadiyah Malang (UMM), UIN Malana Malik Ibrahim Malang (UIN Malang), Universitas Islam Malang (UNISMA), dan telah menggunakan rekening BSI selama 1,5 Tahun.

### 3.6.2 Uji Instrumen

#### a. Uji Validitas

Uji validitas mengukur apakah suatu kuesioner valid atau tidak. Suatu kuesioner dianggap valid apabila pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner dapat menjelaskan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut. (Ghozali, 2018)

pada penelitian ini, peneliti melakukan uji validitas dengan metode *Pearson Correlation* dengan menggunakan program SPSS 26 Pengukuran dilakukan dengan mengkorelasikan skor kuesioner dengan skor total variabel independen dan dependen. uji penelitian ini menggunakan taraf signifikansi 5% dengan kriteria uji jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka item pertanyaan dinyatakan valid, sebaliknya jika nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka item pertanyaan dikatakan tidak valid.

#### b. Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2018), uji reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang menjadi indikator suatu variabel atau konstruk. Kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban atas pertanyaan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Ghozali (2018), menjelaskan “Pengukuran reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik pengukuran sekali saja (one shot)”. Selanjutnya, hasil dari pengukuran dibandingkan dengan pertanyaan lain menggunakan uji statistik Cronbach’s Alpha ( $\alpha$ ). Suatu variabel dikatakan reliabel jika memiliki nilai Cronbach’s Alpha > 0,70

### 3.6.3 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui apakah data tersebut memenuhi asumsi-asumsi dasar. Untuk mengetahui dalam suatu model penelitian tidak terjadi penyimpangan yang cukup serius maka diperlukan asumsi klasik.

#### a. Uji Normalitas

Ghozali (2018), Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel pengganggu atau residual dari model regresi memiliki distribusi normal dan dapat diuji dengan Kolmogorv-Smirnov untuk mendeteksi normalitas data, dengan pedoman pengambilan keputusan:

- 1) Nilai sig atau signifikansi atau nilai probabilitas  $< 0,05$ , distribusi adalah tidak normal
- 2) Nilai sig atau signifikansi atau nilai probabilitas  $> 0,05$ , distribusi adalah normal

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak menunjukkan adanya korelasi antar variabel independen (Ghozali, 2018). Salah satu metode yang digunakan dalam program *SPSS* untuk mengetahui multikolineiritas adalah dengan cara mengamati nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *Tolerance*. Kriterianya adalah  $\text{tolerance} \geq 0.10$  atau sama dengan nilai  $\text{VIF} \leq 10$ . Model regresi yang bebas multikolinearitas adalah yang mempunyai nilai *tolerance* diatas 0,1 atau VIF dibawah 10. Apabila *tolerance variance* dibawah 0,1 atau VIF diatas 10, maka terjadi multikolinearitas.

c. Uji Heterokedastisitas

Ghozali (2018), uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah terdapat ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain dalam model regresi. Jika *variance* dari *residual* satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda dikatakan heterokedastisitas, model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak terjadi heterokedastisitas. Salah satu metode yang dilakukan unutm mengetahui

heterokedastisitas dengan melakukan uji *glejser*. Uji *glejser* dilakukan dengan meregresikan *absolut residual* (AbsUt) sebagai variabel sedangkan variabel independent tetap. Pengujian dengan uji *glejser* pada model regresi yang tidak terjadi heterokedastisitas harus memenuhi syarat sebagai berikut:

- 1) Nilai sig atau signifikansi  $< 0,05$  telah terjadi heterokedastisitas
- 2) Nilai sig atau signifikansi  $> 0,05$  tidak terjadi heterokedastisitas

### 3.6.4 Uji Hipotesis

Perhitungan statistik dikatakan signifikan secara statistik apabila nilai uji statistik berada pada interval kritis (interval dimana  $H_0$  ditolak). Sebaliknya dikatakan tidak signifikan jika nilai statistik uji berada pada kisaran dimana  $H_0$  diterima. (Ghozali, 2018). Metode pengujian hipotesis yang diajukan uji signifikan parameter individual

#### 3.6.4.1 Uji Statistik T test (Uji Parsial)

Uji signifikansi parameter individual (uji statistik t) dilakukan untuk mengetahui apakah variabel bebas secara terpisah berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap variabel terikat (Ghozali, 2018). Uji t digunakan untuk menguji pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependennya, kriterianya digunakan sebagai berikut:

- 1) Bila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau probabilitas  $<$  tingkat signifikansi (Sig  $<$  0,05), maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak, variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

- 2) Bila  $t$  hitung  $< t$  tabel atau probabilitas  $>$  tingkat signifikansi (Sig  $>$  0,05), maka  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima, variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen

### 3.6.4.2 Uji Moderated Regression Analysis (MRA)

Uji *Moderated Regression Analysis* (MRA) merupakan aplikasi khusus regresi linier berganda yang mana didalam persamaan regresinya mengandung unsur interaksi (perkalian dua atau lebih independen). Uji MRA bertujuan untuk mengetahui apakah variabel moderating akan memperkuat atau memperlemah hubungan antaran variabel independen dan variabel dependen (Ghozali, 2018). *Moderated Regression Analysis* (MRA). Model persamaan *Moderated Regression Analysis* (MRA) adalah:

Model 1

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Model 2

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_1Z_1 + b_5X_2Z_1 + b_6X_3Z_1 + e$$

Keterangan:

a = konstanta

b = koefisien regresi

Y = Minat Mahasiswa Muslim (Variabel Dependen)

X1 = Pengetahuan

X2 = Promosi

X3 = Lingkungan Sosial

Z1 = Religiusitas

e = koefisien eror

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN

#### 4.1 Karakteristik Demografi Responden

Pada bagian ini akan disajikan langkah pertama analisis data, yaitu statistic deskriptif sampel penelitian. Tabel 4.3 akan menyajikan profil responden survei mengenai karakteristik demografi responden diantaranya, yaitu: jenis kelamin, universitas, semester, jurusan, dan belakang Pendidikan.

**Tabel 4.1**  
**Karakteristik Demografi Responden**

|                                  | <b>Frequency</b> | <b>Percentage</b> |
|----------------------------------|------------------|-------------------|
| <b>Jenis Kelamin</b>             |                  |                   |
| Pria                             | 61               | 37%               |
| Wanita                           | 103              | 63%               |
| <b>Universitas</b>               |                  |                   |
| UB                               | 17               | 10,36%            |
| UM                               | 20               | 12,19%            |
| UMM                              | 34               | 20,73%            |
| UIN Malang                       | 66               | 40,24%            |
| UNISMA                           | 27               | 16,46%            |
| <b>Jurusan</b>                   |                  |                   |
| Ekonomi                          | 79               | 48,1%             |
| Non- Ekonomi                     | 85               | 51,9%             |
| <b>Latar Belakang Pendidikan</b> |                  |                   |
| Pesantren                        | 114              | 69,6%             |
| Non-Pesantren                    | 50               | 30,4%             |
| <b>Semester</b>                  |                  |                   |
| Dua                              | 46               | 28,3%             |
| Empat                            | 64               | 13,2%             |
| Enam                             | 32               | 39,1%             |
| Delapan                          | 22               | 19,4%             |

Berdasarkan sebaran data karakteristik demografi responden yang berjumlah 164 responden, didapatkan jumlah sebaran data responden yang

berjenis kelamin pria berjumlah 61 responden (37%) dan wanita sebanyak 103 responden (63%). Jumlah perbandingan responden pria dan wanita untuk mengidentifikasi dan menganalisis pengaruh pengetahuan, promosi, dan lingkungan sosial terhadap minat mahasiswa muslim di Kota Malang untuk menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia dengan religiusitas sebagai variabel moderasi yang dilihat dari sudut pandang jenis kelamin.

Berdasarkan sebaran data karakteristik demografi responden yang berjumlah 164 responden, diperoleh jumlah responden berdasarkan tempat kuliah. Jumlah mahasiswa magister yang berkuliah UB sebanyak 17 responden (10,36%), di UM sebanyak 20 responden (12,19%), di UMM sebanyak 34 responden (20,73%), di UIN Malang sebanyak 66 responden (40,24%), dan di UNISMA sebanyak 27 responden (16,46%).

Berdasarkan sebaran data karakteristik demografi responden yang berjumlah 164 responden, diperoleh jumlah responden berdasarkan jurusan. Jumlah responden dari jurusan ekonomi sebanyak 79 responden (48,1%), dan jumlah responden dari jurusan non-ekonomi sebanyak 85 responden (51,9%).

Berdasarkan sebaran data karakteristik demografi responden yang berjumlah 279 responden, didapati responden berdasarkan latar belakang pendidikan. Responden yang berlatar belakang pendidikan pesantren lebih banyak menggunakan produk BSI yaitu sebanyak 114 responden (69,6%) di bandingkan responden yang latar belakang pendidikan non pesantren yang hanya berjumlah sebanyak 50 responden (30,4%)

Berdasarkan sebaran data karakteristik demografi responden yang berjumlah 164 responden, diperoleh responden berdasarkan semester perkuliahan, jumlah responden semester dua sebanyak 46 responden (28,3%), semester empat sebanyak 64 responden (39,1%), semester enam sebanyak 32 responden (19,4%), dan semester delapan sebanyak 22 responden (13,2%)

#### 4.2 Analisis Deskriptif

Nilai minimum, maksimum, mean, mean item variabel, dan standar deviasi dari variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ditentukan dengan menggunakan statistik deskriptif. Adapun hasil statistik deskriptif ditunjukkan pada tabel 4.4 dibawah ini.

**Tabel 4.2**  
**Hasil Statistik Deskriptif Penelitian**

| Variabel         | Item | N   | Persentase Jawaban |       |       |      |     | Mean | Standar Deviasi |
|------------------|------|-----|--------------------|-------|-------|------|-----|------|-----------------|
|                  |      |     | SS                 | S     | KS    | TS   | STS |      |                 |
| Pengetahuan (X1) | X1_1 | 164 | 37,8%              | 49,4% | 12,8% | 0,0% | 0%  | 4,25 | 0,66            |
|                  | X1_2 | 164 | 28,7%              | 42,1% | 26,2% | 3,0% | 0%  | 3,96 | 0,82            |
|                  | X1_3 | 164 | 40,2%              | 47,0% | 11,6% | 1,2% | 0%  | 4,26 | 0,70            |
|                  | X1_4 | 164 | 37,8%              | 45,7% | 15,9% | 0,6% | 0%  | 4,20 | 0,72            |
|                  | X1_5 | 164 | 30,5%              | 56,7% | 12,2% | 0,6% | 0%  | 4,17 | 0,65            |

Sumber: *Output SPSS 26, 2022*

Variabel pengetahuan (X1) terdiri dari tiga indikator (Pengetahuan produk, Pengetahuan pembelian, dan Pengetahuan pemakaian) yang kemudian diekstrak kedalam lima item pernyataan sebagai berikut: (X1\_1) “Saya mengetahui BSI adalah bank bebas riba”, (X1\_2) “Saya mengetahui tentang produk-produk BSI”, (X1\_3) “Saya mengetahui perbedaan bank konvensional dengan bank syariah dalam melakukan transaksi”, (X1\_4)

“Saya mengetahui prosedur untuk menjadi nasabah BSI”, (X1\_5) “Saya mengetahui BSI adalah bank yang dapat memberikan manfaat secara universal”.

Pada variabel pengetahuan didapatkan nilai rata-rata tertinggi terdapat pada butir pernyataan ketiga (X1\_3) sebesar 4,26 dengan pernyataan “saya mengetahui perbedaan bank konvensional dengan bank syariah dalam melakukan transaksi” dan nilai rata-rata terendah terdapat pada pernyataan kelima (X1\_5) sebesar 4,12 dengan pernyataan “saya mengetahui BSI adalah bank yang dapat memberikan manfaat secara universal.

**Tabel 4.3**

**Hasil Statistik Deskriptif Penelitian**

| Variabel        | Item | N   | Persentase Jawaban |       |       |       |      | Mean | Standar Deviasi |
|-----------------|------|-----|--------------------|-------|-------|-------|------|------|-----------------|
|                 |      |     | SS                 | S     | KS    | TS    | STS  |      |                 |
| PROMOSI<br>(X2) | X2_1 | 164 | 29,9%              | 46,3% | 22,6% | 1,2%  | 0%   | 4,04 | 0,75            |
|                 | X2_2 | 164 | 39,0%              | 51,2% | 9,1%  | 0%    | 0,6% | 4,28 | 0,67            |
|                 | X2_3 | 164 | 22,0%              | 54,3% | 21,3% | 1,8%  | 0,6% | 3,95 | 0,74            |
|                 | X2_4 | 164 | 33,5%              | 41,5% | 0,6%  | 23,8% | 0,6% | 4,06 | 0,80            |

Sumber: *Output SPSS 26, 2022*

Variabel promosi (X2) terdiri dari 4 indikator (Periklanan, Promosi penjualan, Penjualan perseorangan, dan Hubungan masyarakat) yang kemudian diekstrak kedalam empat item pernyataan sebagai berikut: (X2\_1) “Tampilan iklan BSI di televisi dan sosial media sangat menarik dan mudah diingat”, (X2\_2) “BSI melakukan promosi melalui radio, baliho, televisi, event, dan sosial media”, (X2\_3) “Adanya stan di event-event tertentu yang memudahkan saya untuk mencari tau tentang BSI”, (X2\_4) “Informasi yang

diberikan oleh karyawan BSI memudahkan saya dalam memahami tentang produk dan jasa BSI”.

Pada variabel promosi didapati nilai rata-rata tertinggi terdapat pada butir pernyataan ke dua (X2\_2) sebesar 4,28 dengan pernyataan “BSI melakukan promosi melalui radio, baliho, televisi, event, dan sosial media” dan nilai rata-rata terendah terdapat pada butir pernyataan ke 3 (X2\_3) sebesar 3,95 dengan pernyataan “Adanya stan di event-event tertentu yang memudahkan saya untuk mencari tau tentang BSI”.

**Tabel 4.4**

**Hasil Statistik Deskriptif Penelitian**

| Variabel               | Item | N   | Persentase Jawaban |       |       |      |     | Mean | Standar Deviasi |
|------------------------|------|-----|--------------------|-------|-------|------|-----|------|-----------------|
|                        |      |     | SS                 | S     | KS    | TS   | STS |      |                 |
| Lingkungan Sosial (X3) | X3_1 | 164 | 30,5%              | 54,9% | 14,0% | 0,6% | 0%  | 4,15 | 0,67            |
|                        | X3_2 | 164 | 37,2%              | 49,4% | 12,8% | 0,6% | 0%  | 4,23 | 0,68            |
|                        | X3_3 | 164 | 30,5%              | 46,3% | 21,3% | 1,8% | 0%  | 4,05 | 0,76            |
|                        | X3_4 | 164 | 35,4%              | 51,2% | 13,4% | 0%   | 0%  | 4,21 | 0,66            |
|                        | X3_5 | 164 | 36,6%              | 50,6% | 12,2% | 0,6% | 0%  | 4,23 | 0,67            |
|                        | X3_6 | 164 | 25,6%              | 50,6% | 23,2% | 0%   | 0%  | 4,00 | 0,73            |

Sumber: *Output SPSS 26, 2022*

Variabel lingkungan sosial (X3) terdiri dari 3 indikator (Lingkungan keluarga, Lingkungan sekolah, dan Lingkungan masyarakat) yang kemudian diekstrak kedalam enam item pernyataan sebagai berikut: (X3\_1) “Saya mengenal BSI dari orang tua dan disarankan untuk menggunakan BSI”, (X3\_2) “Saya mengenal BSI dari saudara dan disarankan untuk menggunakan BSI”, (X3\_3) “Saya mengenal BSI dari guru/dosen dan disarankan untuk menggunakan BSI”, (X3\_4) “Saya mengenal BSI dari tokoh agama/ tokoh

masyarakat dan disarankan untuk menggunakan BSI”, (X3\_5) “Saya mengenal BSI dari tetangga dan disarankan untuk menggunakan BSI”, (X3\_6) “Saya mengenal BSI dari teman dan disarankan untuk menggunakan BSI”.

Pada variabel lingkungan sosial didapati nilai rata-rata tertinggi terdapat pada butir pernyataan ke dua (X3\_2) dan ke lima (X3\_5) sebesar 4,23 dengan pernyataan “saya mengenal BSI dari saudara dan disarankan untuk menggunakan BSI dan saya mengenai BSI dari tetangga dan disarankan untuk menggunakan BSI” dan nilai rata-rata terendah terdapat pada butir pernyataan ke 3 (X3\_6) sebesar 4,0 dengan item pernyataan “saya menggunakan BSI dari teman dan disarankan untuk menggunakan BSI”

**Tabel 4.5**

**Hasil Statistik Deskriptif Penelitian**

| Variabel  | Item | N   | Persentase Jawaban |       |       |      |     | Mean | Standar Deviasi |
|-----------|------|-----|--------------------|-------|-------|------|-----|------|-----------------|
|           |      |     | SS                 | S     | KS    | TS   | STS |      |                 |
| Minat (Y) | Y_1  | 164 | 35,4%              | 49,4% | 15,2% | 0%   | 0%  | 4,20 | 0,68            |
|           | Y_2  | 164 | 37,2%              | 48,8% | 12,8% | 1,2% | 0%  | 4,21 | 0,70            |
|           | Y_3  | 164 | 37,2%              | 48,8% | 12,8% | 1,2% | 0%  | 4,21 | 0,70            |
|           | Y_4  | 164 | 33,5%              | 48,8% | 17,7% | 0%   | 0%  | 4,15 | 0,70            |

Sumber: *Output SPSS 26, 2022*

Variabel minat (Y) terdiri dari 3 indikator (Faktor dari dalam, Faktor motif sosial, dan Faktor emosional/ perasaan) yang kemudian diekstrak kedalam empat item pernyataan sebagai berikut: (Y\_1) “Saya menabung di BSI karena keinginan dari diri sendiri”, (Y\_2) “Saya menggunakan BSI karena sesuai dengan ajaran agama islam”, (Y\_3) “Saya tertarik menabung di

BSI karena produk dan jasanya”, (Y\_4) “Saya menjadi nasabah BSI karena saya suka dengan sistem operasional BSI”.

Pada variabel minat didapat nilai rata-rata tertinggi terdapat pada butir pernyataan kedua (Y\_2) dan ketiga (Y\_3) sebesar 4,21 dengan pernyataan “saya menggunakan BSI karena sesuai dengan ajaran agama islam dan saya tertarik menabung di BSI karena produk dan jasanya” dan nilai rata-rata terendah terdapat pada butir pernyataan ke 4 (Y\_4) sebesar 4,15 dengan pernyataan “saya menjadi nasabah BSI karena saya suka dengan sistem operasional BSI”

**Tabel 4.6**

**Hasil Statistik Deskriptif Penelitian**

| Variabel         | Item | N   | Persentase Jawaban |       |       |      |      | Mean | Standar Deviasi |
|------------------|------|-----|--------------------|-------|-------|------|------|------|-----------------|
|                  |      |     | SS                 | S     | KS    | TS   | STS  |      |                 |
| Religiusitas (Z) | Z_1  | 164 | 40,2%              | 47,0% | 11,6% | 1,2% | 0%   | 4,26 | 0,70            |
|                  | Z_2  | 164 | 37,8%              | 45,7% | 15,9% | 0,6% | 0%   | 4,20 | 0,72            |
|                  | Z_3  | 164 | 30,5%              | 56,7% | 12,2% | 0,6% | 0%   | 4,17 | 0,65            |
|                  | Z_4  | 164 | 35,4%              | 50,6% | 14,0% | 0%   | 0%   | 4,23 | 0,67            |
|                  | Z_5  | 164 | 36,6%              | 50,0% | 12,8% | 0,6% | 0%   | 4,22 | 0,68            |
|                  | Z_6  | 164 | 25,6%              | 51,2% | 23,2% | 0%   | 0%   | 4,02 | 0,70            |
|                  | Z_7  | 164 | 32,9%              | 51,2% | 15,2% | 0%   | 0,6% | 4,15 | 0,71            |
|                  | Z_8  | 164 | 36,0%              | 50,0% | 12,8% | 1,2% | 0%   | 4,20 | 0,70            |
|                  | Z_9  | 164 | 31,1%              | 45,7% | 20,7% | 2,4% | 0%   | 4,05 | 0,78            |

Sumber: *Output SPSS 26, 2022*

Dalam penelitian ini, variabel religiusitas (Z) terdiri dari 5 indikator (Keyakinan, Praktik, Pengalaman, Pengetahuan agama, dan Konsekuensi) yang kemudian diekstrak kedalam sembilan item pernyataan berikut: (Z\_1) “Saya meyakini bahwa Allah SWT memerintahkan untuk bermuamalah

dengan baik dan benar”, (Z\_2) “Saya meyakini bahwa malaikat mengawasi setiap kegiatan muamalah”, (Z\_3) “Saya meyakini Rasulullah mengajarkan ummatnya tatacara bermuamalah sesuai dengan perintah-Nya”, (Z\_4) “Saya bermuamalah sesuai dengan ajaran agama islam”, (Z\_5) “Saya bersyukur atas segala yang terjadi kepada saya termasuk dalam bermuamalah”, (Z\_6) “Saya mengetahui hukum riba”, (Z\_7) “Saya mengetahui akad-akad yang digunakan di BSI sudah sesuai dengan ajaran agama islam”, (Z\_8) “Saya meyakini kalau melaksanakan perintah-Nya akan mendapatkan pahala”, (Z\_9) “Saya meyakini kalau melanggar perintah-Nya akan mendapatkan dosa”.

Pada variabel religiusitas didapati nilai rata-rata tertinggi terdapat pada butir pernyataan pertama (Z\_1) sebesar 4,26 dengan pernyataan “saya meyakini bahwa Allah SWT memerintahkan untuk bermuamalah dengan baik dan benar” dan nilai rata-rata terendah terdapat pada butir pernyataan ke 6 (Z\_6) sebesar 4,02 dengan pernyataan “saya mengetahui hukum riba”.

### **4.3 Hasi Uji Analisis Data**

#### **4.3.1 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen**

Untuk menguji Validitas dan Reliabilitas instrument, peneliti menggunakan aplikasi SPSS 26 untuk menganalisisnya. Berikut hasil pengujian validitas instrument.

Uji Validitas ini didasarkan pada rumus  $r$  tabel dan taraf signifikansi pada tabel ini adalah 0,05 atau 5% dengan jumlah sampel 164 responden. Untuk penelitian ini diperoleh nilai  $r_{\text{tabel}}$  sebagai berikut.

Rumus  $r_{\text{tabel}}$ :

$$n-2 = 164-2 = 162$$

maka hasil  $r_{\text{tabel}}$ : 0,1533

Uji ini dilakukan untuk mengetahui validitas butir-butir pertanyaan dari kuesioner. Pengujian ini dilakukan dengan teknik *Corrected Item-Total Correlation* yaitu dengan cara membandingkan nilai  $r_{\text{hitung}}$  dengan  $r_{\text{tabel}}$ . Jika  $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$  berarti butir pertanyaan dinyatakan valid dan sebaliknya jika  $r_{\text{hitung}} < r_{\text{tabel}}$  berarti butir pertanyaan tidak valid. Hasil Analisa validitas instrumen bisa dilihat pada tabel 4.7 berikut ini.

**Tabel 4.7**

**Hasil Uji Validitas Instrumen**

| Variabel               | Item<br>Pertanyaan | Corrected<br>Item-Total<br>Correlation | r tabel | Keterangan |
|------------------------|--------------------|--|---------|------------|
| Pengetahuan (X1)       | X1_1               | 0,637                                  | 0,153   | Valid      |
|                        | X1_2               | 0,536                                  | 0,153   | Valid      |
|                        | X1_3               | 0,597                                  | 0,153   | Valid      |
|                        | X1_4               | 0,570                                  | 0,153   | Valid      |
|                        | X1_5               | 0,665                                  | 0,153   | Valid      |
| Promosi (X2)           | X2_1               | 0,537                                  | 0,153   | Valid      |
|                        | X2_2               | 0,699                                  | 0,153   | Valid      |
|                        | X2_3               | 0,627                                  | 0,153   | Valid      |
|                        | X2_4               | 0,605                                  | 0,153   | Valid      |
| Lingkungan Sosial (X3) | X3_1               | 0,592                                  | 0,153   | Valid      |
|                        | X3_2               | 0,626                                  | 0,153   | Valid      |
|                        | X3_3               | 0,633                                  | 0,153   | Valid      |
|                        | X3_4               | 0,621                                  | 0,153   | Valid      |
|                        | X3_5               | 0,570                                  | 0,153   | Valid      |
|                        | X3_6               | 0,554                                  | 0,153   | Valid      |
| Minat (Y)              | Y_1                | 0,549                                  | 0,153   | Valid      |
|                        | Y_2                | 0,663                                  | 0,153   | Valid      |

|                  |     |       |       |       |
|------------------|-----|-------|-------|-------|
|                  | Y_3 | 0,637 | 0,153 | Valid |
|                  | Y_4 | 0,607 | 0,153 | Valid |
| Religiusitas (Z) | Z_1 | 0,371 | 0,153 | Valid |
|                  | Z_2 | 0,299 | 0,153 | Valid |
|                  | Z_3 | 0,409 | 0,153 | Valid |
|                  | Z_4 | 0,487 | 0,153 | Valid |
|                  | Z_5 | 0,383 | 0,153 | Valid |
|                  | Z_6 | 0,361 | 0,153 | Valid |
|                  | Z_7 | 0,456 | 0,153 | Valid |
|                  | Z_8 | 0,374 | 0,153 | Valid |
|                  | Z_9 | 0,296 | 0,153 | Valid |

Sumber: *Output SPSS 26, 2022*

Dari tabel-tabel di atas dapat diketahui bahwa masing-masing item pertanyaan memiliki pengaruh  $r_{hitung} > r_{tabel}$  (0,153). Maka dengan demikian butir pertanyaan tersebut dinyatakan valid.

**Tabel 4.8**

**Hasil Uji Reliabilitas Instrumen**

| Variabel               | Reliabilitas Coefficient | Cronbach Alpha | Keterangan |
|------------------------|--------------------------|----------------|------------|
| Pengetahuan (X1)       | 5 Item Pertanyaan        | 0,809          | Reliabel   |
| Promosi (X2)           | 4 Item Pertanyaan        | 0,800          | Reliabel   |
| Lingkungan Sosial (X3) | 6 Item Pertanyaan        | 0,829          | Reliabel   |
| Minat (Y)              | 4 Item Pertanyaan        | 0,801          | Reliabel   |
| Religiusitas (Z)       | 9 Item Pertanyaan        | 0,706          | Reliabel   |

Sumber: *Output SPSS 26, 2022*

Dari tabel-tabel di atas dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki pengaruh Cronbach Alpha  $> 0,60$ . Maka dengan demikian variabel (pengetahuan, promosi, lingkungan sosial, minat, dan religiusitas) dinyatakan reliabel

### 4.3.2 Asumsi Klasik

Uji ini dilakukan pada tahap awal setelah data diperoleh yang tujuannya untuk memperoleh perkiraan serta syarat awal agar uji regresi linier dapat dilakukan. Tahapan yang dilaksanakan pada uji ini yakni:

#### 4.3.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah residual data yang diperoleh berdistribusi normal atau tidak (Ghozali, 2018). Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak dalam uji normalitas, yaitu dengan cara analisis grafik dan analisis statistik. Pada penelitian ini, uji normalitas secara analisis statistik menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov karena data  $> 30$ , untuk melakukan pengambilan keputusan dalam uji normalitas Kolmogorov smirnov dapat dilakukan dengan membandingkan nilai Asymp. Sig. (2-tailed), dengan signifikansi yang digunakan  $\alpha = 0,05$ . Dasar pengambilan keputusan adalah melihat angka probabilitas  $p$ , dengan ketentuan sebagai berikut:

- Jika nilai Asymp. Sig. (2-tailed)  $> 0.05$  maka asumsi normalitas terpenuhi.
- Jika nilai Asymp. Sig. (2-tailed)  $< 0.05$  maka asumsi normalitas tidak terpenuhi

Berikut merupakan hasil uji Normalitas dengan menggunakan analisis statistik yang tersaji pada Tabel dibawah ini.

**Tabel 4.9**  
**Hasil Uji Normalitas**

| <b>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</b> |                             |                            |
|---|-----------------------------|----------------------------|
|   |                             | Unstandardized<br>Residual |
| N   |                             | 164                        |
| Normal Parameters <sup>a,b</sup>          | Mean                        | .0000000                   |
|   | Std.<br>Deviation           | 1.34279044                 |
|   | Most Extreme<br>Differences |                            |
|   | Absolute                    | .068                       |
|   | Positive                    | .068                       |
|   | Negative                    | -.036                      |
| Test Statistic                            |                             | .068                       |
| Asymp. Sig. (2-tailed)                    |                             | .063 <sup>c</sup>          |
| a. Test distribution is Normal.           |                             |                            |
| b. Calculated from data.                  |                             |                            |
| c. Lilliefors Significance Correction.    |                             |                            |

Sumber: *Output SPSS 26, 2022*

Berdasarkan hasil uji normalitas dengan Kolmogorov-Smirnov pada tabel diatas, diketahui nilai probabilitas p atau Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,063. Karena nilai probabilitas p, yakni 0.063 lebih besar dibandingkan tingkat signifikansi, yakni 0,05. Hal ini berarti asumsi normalitas dipenuhi.

#### 4.3.2.2 Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas digunakan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel independen (Ghozali, 2018). Jika terjadi korelasi, maka dikatakan terdapat masalah multikolonieritas. Untuk memeriksa apakah terjadi multikolinearitas atau tidak dapat dilihat dari nilai variance inflation factor (VIF) dan nilai

Tolerance. Model regresi yang baik jika nilai Tolerance  $> 0,10$  dan VIF  $< 10$ . Berikut merupakan hasil uji multikolonieritas tersaji pada Tabel dibawah.

**Tabel 4.10**  
**Hasil Uji Multikolonieritas**

| Coefficients <sup>a</sup> |              |                             |            |                           |       |      |                         |       |
|---------------------------|--------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|-------------------------|-------|
| Model                     |              | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. | Collinearity Statistics |       |
|                           |              | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      | Tolerance               | VIF   |
| 1                         | (Constant)   | 1.266                       | 1.207      |                           | 1.049 | .296 |                         |       |
|                           | Pengetahuan  | .201                        | .069       | .244                      | 2.896 | .004 | .324                    | 3.089 |
|                           | Promosi      | .088                        | .076       | .094                      | 1.155 | .250 | .351                    | 2.848 |
|                           | Lingkungan   | .354                        | .058       | .493                      | 6.115 | .000 | .354                    | 2.824 |
|                           | Religiusitas | .030                        | .039       | .046                      | .755  | .451 | .614                    | 1.629 |

a. Dependent Variable: Minat

Sumber: *Output SPSS 26, 2022*

Dalam penelitian ini data yang digunakan dalam uji multikolonieritas ini adalah data dari variabel independen. Berdasarkan tabel diatas diketahui masing-masing nilai VIF sebagai berikut:

- 1) Nilai VIF untuk variabel Independent Pengetahuan adalah  $3.089 < 10$  dengan nilai Tolerance adalah  $0.324 > 0.10$  maka variabel Independent Pengetahuan dapat dinyatakan tidak terjadi gejala multikolonieritas.
- 2) Nilai VIF untuk variabel Independent Promosi adalah  $2.848 < 10$  dengan nilai Tolerance adalah  $0.351 > 0.10$  maka variabel Independent Promosi dapat dinyatakan tidak terjadi gejala multikolonieritas.

- 3) Nilai VIF untuk variabel Independent Lingkungan adalah  $2.824 < 10$  dengan nilai Tolerance adalah  $0.354 > 0.10$  maka variabel Independent Lingkungan dapat dinyatakan tidak terjadi gejala multikolonieritas.
- 4) Nilai VIF untuk variabel Independent Religiusitas adalah  $1.629 < 10$  dengan nilai Tolerance adalah  $0.614 > 0.10$  maka variabel Independent Religiusitas dapat dinyatakan tidak terjadi gejala multikolonieritas

#### 4.3.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah tidak adanya heterokedastisitas.

Berikut merupakan hasil dari Uji Heteroskedastisitas yang tersaji pada tabel dibawah ini.

**Tabel 4.11**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**

| Coefficients <sup>a</sup> |              |                             |            |                           |        |      |
|---------------------------|--------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
| Model                     |              | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t      | Sig. |
|                           |              | B                           | Std. Error | Beta                      |        |      |
| 1                         | (Constant)   | 2.614                       | .778       |                           | 3.359  | .001 |
|                           | Pengetahuan  | .007                        | .045       | .021                      | .153   | .879 |
|                           | Promosi      | -.009                       | .049       | -.025                     | -.194  | .846 |
|                           | Lingkungan   | -.063                       | .037       | -.220                     | -1.691 | .093 |
|                           | Religiusitas | -.001                       | .025       | -.003                     | -.030  | .976 |

a. Dependent Variable: abs

Sumber: *Output SPSS 26, 2022*

Nilai probabilitas (Sig) dari variabel Pengetahuan sebesar 0.879, dari variabel Promosi sebesar 0.846, dari Lingkungan sebesar 0.093, dan dari

Religiusitas sebesar 0.976. Karena nilai probabilitas (Sig) dari semua variabel lebih dari signifikansi 0.05 atau 5% maka dapat disimpulkan asumsi homoskedastisitas terpenuhi yang artinya tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

#### 4.4 Uji Hipotesis

##### 4.4.1 Uji Parsial (Uji t)

Uji t adalah untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independent (Pengetahuan, Promosi, dan Lingkungan Sosial) secara individual terhadap variabel dependen (Minat Mahasiswa Muslim). Adapun Jika angka probabilitas signifikansi  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Jika angka probabilitas signifikansi  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Adapun hasil pengujian hipotesis sebagai berikut:

**Tabel 4.12**

#### **Model Regresi pengujian Hipotesis**

| <b>Variabel</b>   | <b>T<sub>hitung</sub></b> | <b>T<sub>tabel</sub></b> | <b>Sig.</b> |
|-------------------|---------------------------|--------------------------|-------------|
| Pengetahuan       | 3,543                     | 1,974                    | .001        |
| Promosi           | 1,128                     | 1,974                    | .261        |
| Lingkungan Sosial | 6,207                     | 1,974                    | .000        |

Sumber: *Output SPSS 26, 2022*

Diketahui nilai  $t_{tabel}$  1,974 pada signifikansi 5%. Dengan demikian diperoleh hasil sebagai berikut:

- 1) Pengaruh pengetahuan terhadap minat mahasiswa muslim

Pada tabel 4.11 dapat diketahui nilai  $t_{hitung}$  (3,543)  $>$   $t_{tabel}$  (1,974) dengan sig (0,001)  $<$  0,05. Hal ini menunjukkan  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

Artinya variabel pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa muslim di Kota Malang untuk menjadi nasabah BSI. Dengan demikian hipotesis pertama diterima.

2) Pengaruh promosi terhadap minat mahasiswa muslim

Pada tabel 4.11 dapat diketahui nilai  $t_{hitung} (1,128) < t_{tabel} (1,974)$  dengan  $sig (0,261) > 0,05$ . Hal ini menunjukkan  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Artinya variabel promosi berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat mahasiswa muslim di Kota Malang untuk menjadi nasabah BSI. Dengan demikian hipotesis kedua ditolak.

3) Pengaruh lingkungan sosial terhadap minat mahasiswa muslim

Pada tabel 4.11 dapat diketahui nilai  $t_{hitung} (6,207) > t_{tabel} (1,974)$  dengan  $sig (0,000) < 0,05$ . Hal ini menunjukkan  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya variabel lingkungan sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa muslim di Kota Malang untuk menjadi nasabah BSI. Dengan demikian hipotesis ketiga diterima

#### **4.4.2 Moderate Regression Analysis (MRA)**

Uji Moderated Regression Analysis (MRA) merupakan aplikasi khusus regresi linier berganda yang mana didalam persamaan regresinya mengandung unsur interaksi (perkalian dua atau lebih independen). Untuk menggunakan MRA kita harus membandingkan dua model persamaan regresi untuk menentukan jenis variabel moderator. (Ghozali, 2018)

#### 4.4.2.1 Model 1

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh pengetahuan (X1), promosi (X2), dan lingkungan sosial (X3) terhadap minat mahasiswa muslim (Y). oleh karena itu ditemukan hasil sebagai berikut:

**Tabel 4.13**  
**Hasil Regresi Model 1**

| Coefficients <sup>a</sup> |                   |                             |            |                           |       |      |
|---------------------------|-------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| Model                     |                   | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. |
|                           |                   | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      |
| 1                         | (Constant)        | 1.865                       | .909       |                           | 2.051 | .042 |
|                           | Pengetahuan       | .223                        | .063       | .271                      | 3.543 | .001 |
|                           | Promosi           | .085                        | .076       | .091                      | 1.128 | .261 |
|                           | Lingkungan Sosial | .357                        | .058       | .498                      | 6.207 | .000 |

a. Dependent Variable: Minat Mahasiswa Muslim

Sumber: *Output SPSS 26, 2022*

Variabel dependen pada regresi ini adalah minat mahasiswa muslim (Y) sedangkan variabel independen adalah pengetahuan (X1), promosi (X2), dan lingkungan sosial (X3). berdasarkan tabel di atas maka dapat dibuat mode persamaan regreiu sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

$$Y = 1,865 + 0,271 + 0,091 + 0,498 + e$$

Interpetasi:

1. Nilai koefisien regresi b1 sebesar 0,271, artinya semakin pengetahuan ditingkatkan maka akan semakin meningkatkan minat mahasiswa muslim untuk menjadi nasabah BSI

2. Nilai koefisien regresi  $b_2$  sebesar 0,091, artinya semakin promosi ditingkatkan maka akan semakin meningkatkan minat mahasiswa muslim untuk menjadi nasabah BSI
3. Nilai koefisien regresi  $b_3$  sebesar 0,498, artinya semakin lingkungan sosial ditingkatkan maka akan semakin meningkatkan minat mahasiswa muslim untuk menjadi nasabah BSI

#### **4.4.2.2 Model 2**

Moderated Regression Analysis (MRA) digunakan untuk mengetahui apakah variabel religiusitas dapat memperkuat atau memperlemah hubungan pengetahuan, promosi, dan lingkungan sosial terhadap minat mahasiswa muslim di Kota Malang untuk menjadi nasabah BSI. Adapun Jika angka probabilitas signifikansi  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Jika angka probabilitas signifikansi  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Adapun hasil pengujian MRA adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.14**  
**Hasil Uji Regresi Model 2**

| Model |                                      | Coefficients <sup>a</sup>   |            |                           |        |      |
|-------|--------------------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
|       |                                      | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t      | Sig. |
|       |                                      | B                           | Std. Error | Beta                      |        |      |
| 1     | (Constant)                           | 2.313                       | 1.089      |                           | 2.124  | .035 |
|       | Pengetahuan                          | -1.748                      | .617       | -2.125                    | -2.831 | .005 |
|       | Promosi                              | .795                        | .732       | .850                      | 1.086  | .279 |
|       | Lingkungan Sosial                    | 1.481                       | .631       | 2.066                     | 2.346  | .020 |
|       | Pengetahuan *<br>Religiusitas        | .053                        | .017       | 3.704                     | 3.194  | .002 |
|       | Promosi * Religiusitas               | -.020                       | .020       | -1.102                    | -.996  | .321 |
|       | Lingukungan Sosial *<br>Religiusitas | -.030                       | .017       | -2.375                    | -1.793 | .075 |

a. Dependent Variable: Minat

Sumber: *Output SPSS 26, 2022*

Pada tabel 4.12 diatas dapat diketahui bahwa:

- 1) Pengaruh religiusitas memoderasi pengetahuan terhadap minat mahasiswa muslim

Pada tabel 4.12 dapat diketahui nilai sig (0,002) < 0,05. Hal ini menunjukkan H0 ditolak dan Ha diterima. Artinya variabel religiusitas memoderasi pengetahuan terhadap minat mahasiswa muslim di Kota Malang untuk menjadi nasabah BSI. Dengan demikian hipotesis keempat diterima.

- 2) Pengaruh religiusitas memoderasi promosi terhadap minat mahasiswa muslim

Pada tabel 4.12 dapat diketahui nilai sig (0,321) > 0,05. Hal ini menunjukkan H0 diterima dan Ha ditolak. Artinya variabel religiusitas

tidak memoderasi promosi terhadap minat mahasiswa muslim di Kota Malang untuk menjadi nasabah BSI. Dengan demikian hipotesis kelima ditolak.

- 3) Pengaruh religiusitas memoderasi lingkungan sosial terhadap minat mahasiswa muslim

Pada tabel 4.12 dapat diketahui nilai sig (0,075) > 0,05. Hal ini menunjukkan H<sub>0</sub> diterima dan H<sub>a</sub> ditolak. Artinya variabel religiusitas tidak memoderasi lingkungan sosial terhadap minat mahasiswa muslim di Kota Malang untuk menjadi nasabah BSI. Dengan demikian hipotesis keenam ditolak.

## BAB V

### PEMBAHASAN

#### 5.1 Pengaruh Pengetahuan terhadap Minat Mahasiswa Muslim

Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa variabel pengetahuan (X1) memiliki nilai koefisien sebesar 0,223 dengan nilai  $t_{hitung}$  3.543 >  $t_{tabel}$  1,974 dengan tingkat signifikan  $0,01 < 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis (H1) diterima, artinya variabel pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa muslim di Kota Malang untuk menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia.

Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa muslim di kota malang sebelum menggunakan Bank Syariah Indonesia sudah terlebih dahulu mengetahui tentang BSI walaupun hanya segaris besar. Mahasiswa muslim di Kota Malang juga memahami bahwa BSI merupakan salah satu bank dalam aktivitas dunia perbankan yang mampu memperjelas unsur-unsur yang membedakan bank syariah dengan bank konvensional. Setelah mengetahui lebih jauh tentang BSI, mahasiswa muslim yang ada di Kota Malang menilai bahwa BSI merupakan pilihan yang tepat untuk menabung uangnya baik dalam jangka waktu yang panjang atau sementara.

Semakin banyak pengetahuan mahasiswa muslim tentang Bank Syariah Indonesia, maka akan semakin tinggi minat mahasiswa untuk menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia. hal ini mendukung teorinya Sumarwan yang menyatakan bahwa pengetahuan merupakan salah satu faktor yang sangat bisa mempengaruhi perilaku konsumen dalam mengambil

keputusan. Pengetahuan juga memegang peranan penting dalam menumbuhkan minat masyarakat dalam menggunakan jasa perbankan, terutama perbankan syariah. (Sumarwan, 2014)

Pengetahuan yang didapat oleh mahasiswa merupakan hasil dari usaha mereka untuk mencari informasi tentang produk dan jasa BSI, usaha untuk mencari ilmu atau pengetahuan merupakan salah satu anjuran dari Nabi Muhammad SAW:

طَلَبُ الْعِلْمِ فَرِيضَةٌ عَلَى كُلِّ مُسْلِمٍ وَمُسْلِمَاتٍ

Artinya: *“menuntut ilmu wajib bagi setiap muslim dan muslimat”*. (HR Bukhari)

Penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Nurul Saraswati (2016) bahwa variabel pengetahuan masyarakat memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah Kota Magelang. Demikian juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Amalia (2018) bahwa faktor pengetahuan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat masyarakat dalam menabung uangnya di bank syariah

## 5.2 Pengaruh Promosi terhadap Minat Mahasiswa Muslim

Berdasarkan hasil pengujian analisis menunjukkan bahwa variabel promosi (X2) memiliki nilai koefisien sebesar 0,085 dengan nilai  $t_{hitung}$  1,128 <  $t_{tabel}$  1,97 dengan tingkat signifikan 0,261 > 0,05. Maka dapat disimpulkan

bahwa hipotesis (H2) ditolak, artinya variabel promosi tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat mahasiswa muslim di Kota Malang untuk menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia.

Utami (2019), "*Promotion related to information. Namely, various promotional media carried out can influence one's actions, for example, through advertising on social media such as Facebook, Instagram, websites, and so on. If the promotion carried out by the Islamic bank is good, it can increase the decision to save at the Islamic Bank*". Artinya promosi berkaitan dengan informasi, yakni berbagai media promosi yang dilakukan dapat mempengaruhi tindakan seseorang, misalnya melalui iklan di media sosial seperti facebook, instagram, situs web, dan sebagainya. Jika promosi yang dilakukan bank syariah baik maka dapat meningkatkan keputusan menabung di bank syariah". maka dari itu promosi menjadi salah satu faktor penentu dalam meningkatkan minat mahasiswa untuk menjadi nasabah BSI.

Promosi dalam penelitian ini meliputi *advertising*, *sales promotion* dan *personal selling*. Dari hasil analisis deskriptif didapati bahwa *personal selling* yang dilakukan oleh masih kurang, hal ini bisa dilihat dari hasil jawaban responden yang didapatkan, untuk indikator *personal selling* memiliki nilai terendah dibandingkan indikator lainnya. sehingga tidak dapat membuat minat mahasiswa semakin kuat untuk menggunakan BSI.

Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Aisyah (2020) yang menjelaskan bahwa variabel promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat untuk menabung di BMI. Menurut aisyah yang

membuat minat masyarakat untuk menabung di BMI hanya karena landasan religiusitas dan adanya *antaradhin min kum* yaitu saling ridho dalam bertransaksi atau bermuamalah antara pihak bank dan calon nasabah

### **5.3 Pengaruh Lingkungan Sosial terhadap Minat Mahasiswa Muslim**

Dari hasil analisis diketahui bahwa variabel lingkungan sosial (X3) memiliki nilai koefisien sebesar 0,357 dengan nilai  $t_{hitung} 6,207 > t_{tabel} 1,97$  dengan tingkat signifikan  $0,000 < 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis (H3) diterima, artinya variabel lingkungan sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa muslim di Kota Malang untuk menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia.

Lingkungan sebagai dasar pengajaran adalah faktor yang mempengaruhi tingkah laku individu dan merupakan faktor yang penting. Lingkungan Sosial bagi individu meliputi lingkungan keluarga, lingkungan sekolah, dan lingkungan masyarakat. lingkungan keluarga mengajarkan tentang pentingnya menabung dan mengajarkan anak untuk menerapkan prinsip syariah dalam kehidupannya salah satunya dalam memilih menabung di bank syariah. Kebiasaan yang didapat oleh mahasiswa dari lingkungan keluarganya secara tidak langsung mempengaruhinya dalam melakukan setiap aktivitasnya.

Lingkungan masyarakat memberikan edukasi tentang pentingnya menerapkan prinsip syariah dalam kehidupan termasuk dalam bidang ekonomi, salah satunya adalah memilih produk dan jasa bank syariah, karena

bank syariah merupakan bank bebas *riba*, dan dalam islam praktik *riba* hukumnya haram, firman Allah SWT (Al-Baqarah: 275):

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

Artinya: “Allah menghalalkan jual beli dan mengharamkan *riba*”

Sehingga lingkungan masyarakat memiliki peran penting bagi responden dalam mengambil keputusan untuk menggunakan BSI.

penelitian ini sejalan dengan penelitian Maghfiroh (2018) yang menjelaskan bahwa lingkungan sosial memiliki pengaruh positif signifikan terhadap minat menabung di bank syariah. Didukung juga dengan penelitian Nut Lita Faridah (2021) yang juga menemukan bahwa lingkungan sosial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di bank syariah.

#### **5.4 Pengaruh Pengetahuan terhadap Minat Mahasiswa Muslim dengan Religiusitas sebagai variabel moderasi**

Berdasarkan hasil uji analisis dinyatakan bahwa variabel religiusitas memiliki nilai koefisien sebesar 0,053 dengan nilai  $t_{hitung}$  3,194 >  $t_{tabel}$  1,97 dengan tingkat signifikan  $0,002 < 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis (H4) diterima, artinya variabel religiusitas dapat memoderasi pengaruh pengetahuan terhadap minat mahasiswa muslim di Kota Malang untuk menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia.

Pengetahuan tentang bank syariah saja belum cukup untuk meningkatkan minat mahasiswa untuk menabung di BSI. Dari hasil penelitian terdahulu didapati bahwa pengaruh pengetahuan terhadap minat masih belum konsisten, hal ini dikarenakan ada faktor lain yang harus dibarengi dengan pengetahuan yaitu religiusitas. Religius bukan hanya perkara hubungan manusia dengan sang pencipta tetapi harus ditanamkan dalam setiap kegiatan manusia, termasuk dalam kegiatan ekonomi. Religiusitas timbul dari dalam diri seseorang dan mendorong untuk melakukan sesuatu hal yang telah diperintahkan oleh agamanya.

Triyuwono (2006) menyatakan bahwa dalam *sharia enterprise theory*, hal yang paling penting untuk mendasari setiap definisi konsep adalah Allah SWT sebagai pencipta dan pemilik tunggal dari seluruh sumber daya yang ada di dunia ini. jadi manusia melakukan segala kebaikan hanya semata-mata mengharapkan ridha dan rahmat dari Allah SWT. Termasuk dalam kegiatan ekonomi. Responden yang memiliki pengetahuan yang bagus tentang bank syariah akan semakin tertarik untuk menggunakan produk bank syariah Ketika meliki tingkat religiusitas yang tinggi. Religiusitas yang tinggi akan membuat responden mengaplikasikan apa sudah diketahui

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Azzahra (2016) yang menemukan bahwa religiusitas dapat memoderasi pengaruh variabel pengetahuan terhadap preferensi menabung pada bank syariah. dan penelitian yang dilakukan oleh Damayanti (2016) menjelaskan bahwa

religiusitas memiliki pengaruh positif terhadap minat nasabah untuk menabung di Bank Syariah Mandiri

### **5.5 Pengaruh Promosi terhadap Minat Mahasiswa Muslim dengan Religiusitas sebagai variabel moderasi**

Berdasarkan hasil uji analisis dinyatakan bahwa variabel religiusitas memiliki nilai koefisien sebesar -0,020 dengan nilai  $t_{hitung} -0,996 < t_{tabel} 1,97$  dengan tingkat signifikan  $0,321 > 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis (H5) ditolak, artinya variabel religiusitas tidak dapat memoderasi pengaruh promosi terhadap minat mahasiswa muslim di Kota Malang untuk menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia.

Ditolaknya hipotesis ini dikarenakan setiap orang memiliki tingkat religiusitas yang berbeda-beda. Dan untuk meningkatkan kereligiusitan mahasiswa muslim tidak perlu melalui promosi, mahasiswa muslim yang berada di Kota Malang tau dan sadar bahwa BSI merupakan bank bebas riba tanpa adanya promosi. Terlebih bank syariah yang beroperasi di Indonesia mempunyai lembaga Dewan Pengawasan Syariah (DPS) yang mengawasi semua kegiatan bank syariah.

Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mochammad Yoga (2020) yang menemukan bahwa religiusitas tidak dapat memoderasi promosi terhadap minat menabung di bank syariah.

## **5.6 Pengaruh Lingkungan Sosial terhadap Minat Mahasiswa Muslim dengan Religiusitas sebagai variabel moderasi**

Berdasarkan hasil uji analisis dinyatakan bahwa variabel religiusitas memiliki nilai koefisien sebesar -0,030 dengan nilai  $t_{hitung} -1,793 < t_{tabel} 1,97$  dengan tingkat signifikan  $0,075 > 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis (H6) ditolak, artinya variabel religiusitas tidak dapat memoderasi pengaruh lingkungan sosial terhadap minat mahasiswa muslim di Kota Malang untuk menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia.

Ditolaknya hipotesis ini karena tidak semua responden mendalami hukum syariah khususnya dalam perbankan selain itu juga didukung dengan adanya faktor lain seperti hanya fasilitas bank syariah yang masuk didalam lingkungan responden sehingga responden diharuskan untuk menggunakan BSI dalam transaksinya. Terlebih lagi mayoritas responden pada penelitian ini memiliki latar belakang pesantren, sehingga fasilitas transaksi yang tersedia banyak menggunakan bank syariah. Hal ini bisa dilihat dari hasil analisis deskriptif pada variabel lingkungan sosial yang menunjukkan bahwa pernyataan “saya menggunakan BSI dari teman dan disarankan untuk menggunakan BSI” memiliki nilai terendah dari pernyataan lain.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mirandhawati (2020) yang menemukan bahwa religiusitas tidak dapat memoderasi lingkungan sosial terhadap minat menabung di bank syariah.

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **6.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan uji analisis data, pengetahuan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa muslim di Kota Malang untuk menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa semakin banyak pengetahuan seseorang tentang perbankan syariah, maka akan semakin tinggi minat orang tersebut untuk menggunakan produk dan jasa bank syariah.
2. Dari hasil uji analisis data menunjukkan bahwa promosi tidak berpengaruh terhadap minat mahasiswa muslim di Kota Malang untuk menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia, hal ini disebabkan karena bank BSI masih kurang optimal dalam melakukan promosinya
3. Dari hasil uji analisis data menemukan variabel lingkungan sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa muslim di Kota Malang untuk menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia. Hal ini menandakan bahwa lingkungan sosial merupakan salah satu faktor penentu dalam menumbuhkan minat seseorang untuk menggunakan produk dan jasa BSI.

4. Dari hasil uji analisis data menemukan bahwa religiusitas dapat memoderasi pengaruh pengetahuan terhadap minat mahasiswa muslim di Kota Malang untuk menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia. Artinya religiusitas sebagai variabel moderasi dapat memperkuat variabel pengetahuan terhadap minat mahasiswa untuk menjadi nasabah BSI.
5. Dari hasil uji analisis data menunjukkan bahwa religiusitas tidak dapat memoderasi variabel promosi terhadap minat mahasiswa muslim untuk menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia. Artinya religiusitas sebagai variabel moderasi tidak dapat memperkuat pengaruh variabel promosi terhadap minat mahasiswa muslim di Kota Malang untuk menjadi nasabah BSI.
6. Dari hasil uji analisis data ditemukan bahwa religiusitas tidak dapat memoderasi pengaruh lingkungan sosial terhadap minat mahasiswa muslim di Kota Malang untuk menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia. Artinya religiusitas sebagai variabel moderasi tidak dapat memperkuat pengaruh variabel lingkungan sosial terhadap minat menabung di BSI.

## **6.2 Saran**

Berdasarkan temuan, pembahasan, dan kesimpulan, ada beberapa saran agar mendapatkan keuntungan kepada lembaga dan orang-orang yang berkaitan dalam penelitian ini. Berikut beberapa saran penelitian:

1. Berdasarkan temuan dilapangan, Bank Syariah Indonesia harus lebih gencar dalam melakukan promosinya baik dengan cara mengoptimalkan sarana sosial media dalam melakukan promosi, mengadakan stand di

event-event tertentu, papan iklan yang menarik dan sosialisasi tentang produk dan layanan BSI terhadap mahasiswa.

2. Studi lebih lanjut diperlukan untuk memasukkan berbagai variabel tambahan, karena minat seseorang untuk menabung di bank syariah tidak hanya di pengaruhi oleh faktor pengetahuan, lingkungan, dan promosi tapi masih terdapat faktor lain yang mempengaruhinya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abhimantra, A., Maulina, A. R., & Agustianingsih, E. (2013). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah (Mahasiswa) Dalam Memilih Menabung Pada Bang Syariah. *Proceeding PESAT (Psikologi, Ekonomi, Sastra, Arsitektur & Teknik Sipil)*, 5. 170-177.  
<https://ejournal.gunadarma.ac.id/index.php/pesat/article/view/1179/1040>
- Afianti, F. (2019). Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Mahasiswa Politeknik Negeri Bandung Untuk Menabung di Bank Syariah. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 8 (2), 54–69.  
<https://doi.org/http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/Maqasid>
- Aisya, S. & Riyadi, Y. A. (2020). Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Masyarakat Kelurahan Siranindi Di Bank Muamalat Indonesia Palu Sulawesi Tengah. *Jurnal Al-Kharaj: Journal of Islamic Economic and Business*, 02 (01), 16–33.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.24256/kharaj.v2i1.1192>
- Ali, Z. (2008). *Hukum Perbankan Syariah*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Ancok, D. (2011). *Psikologi islam: solusi Islam atas problem-problem psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Anni & Catherina, T. (2016). *Psikologi Belajar*. Semarang: UPT UNNES Press.
- Anoraga, P. (2009). *Manajemen Bisnis*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Assauri, S. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.

- Astuti, T., & Mustikawati, R. I. (2013). Pengaruh Persepsi Nasabah Tentang Tingkat Suku Bunga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Nasabah. *Nominal, Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 2 (1), 182–198. <https://doi.org/10.21831/nominal.v2i1.1655>
- Azzahra, M. (2016). *Pengaruh Pengetahuan dan Disposable Income Terhadap Preferensi Menabung Di Bank Syariah Dengan Religiusitas sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga)*. Other Thesis.
- Bakhtiar, A. (2004). *Filsafat Ilmu*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Bawono, A. (2006). *Multivariate Analisis Dengan SPSS*. Jawa Tengah: Salatiga Press.
- Budiman, R. (2013). *Kapita Selekta Kuisisioner Pengetahuan dan Sikap Dalam Penelitian Kesehatan*. Jakarta: Salemba Medika.
- Cannon, J. P. (2009). *Pemasaran Dasar Pendekatan Manajerial Global*. Jakarta: Salembang Empat.
- Ergun, U., & Djedovic, I. (2010). Islamic Banking with a Closer Look at Bosnia and Herzegovina : Knowledge, Perceptions and Decisive Factors for Choosing Islamic Banking. *Journal Islamic Economics and Finance*, 1–12.
- Faridah, N. L., Hakim, L., Sudarwanto, T. (2021). Pengaruh Pembelajaran Insert Ekonomi Syariah, Pengetahuan Produk, Lingkungan Sosial dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah. *ISTITMAR*:

*Jurnal Studi Ekonomi Syariah*. 5 (2), 98-113.  
<https://doi.org/10.30762/itr.v5i2.3367>

Faha, Y. M., Masruchin & Latifah, F. N. (2022). The Influence of Religiosity and Customer Perception on Interest in Saving. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IIJSE)*, 5 (1), 153–166.  
<https://doi.org/10.31538/iijs.v5i1.1803>

Fuadah, A. (2018) *Pengaruh Tingkat Religiusitas, Pengetahuan Dan Persepsi Terhadap Minat Menabung Mahasiswa Di Bank Syariah*, Other Thesis.

Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26 (IX)*. Semarang: UNDIP.

Gitosudarmo, I. (2000). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta BPFE-UGM.

Hamalik, O. (2016). *Proses Belajar Dan Mengajar*. Cet-18. Jakarta: Bumi Aksara.

Handayani, A., Azman, H. A. & Ismail, I. (2019). Pengaruh Pengetahuan dan Sikap Terhadap Perilaku Memilih Bank Syariah Dengan Faktor Religiusitas Sebagai Moderating Variable. *Ekonomika Syariah: Journal of Economic Studies*, 3 (1).  
<https://doi.org/10.30983/es.v3i1.934>

Handoko, H. & Swasta, B. (2008). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE.

Heri, S. (2012). *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*. Yogyakarta: Ekonisia.

Istiqomah, Y. N. A. (2015). The Influence of Marketing Mix (Product, Price, Place, and Promotion) and Service on Customer's Decision of Using BSM Saving Products. *Global Review of Islamic Economics and Business*, 3 (2), 73–98.

<https://doi.org/https://doi.org/10.14421/grieb.2015.032-01>

Jalaluddin. (2010). *Psikologi Agama*. Jakarta: PT. Raja Grafindo

Khotimah, N. (2018). Pengaruh Religiusitas, Kepercayaan, Citra Perusahaan, dan Sistem Bagi Hasil Terhadap Minat Nasabah Menabung dan Loyalitas di Bank Syariah Mandiri (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Gresik. *Jmm17*, 5(01). <https://doi.org/10.30996/jmm17.v5i01.1712>

Kotler P. & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

Kuncoro, M. (2004). *Metode Kuantitatif, Teori dan Aplikasinya*. Yogyakarta: AMP YKPN.

Kuncoro, M. (2010). *Dasar-Dasar Ekonomika Pembangunan*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.

Lianita, F. (2022). *Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, islamic Branding dan Lingkungan Sosial Terhadap Keputusan Mahasiswa Untuk Menabung di Bank Syariah Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi*, Other Thesis.

Maghfiroh, S. (2018). *Pengaruh Religiusitas, Pendapatan dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Pada Santri Pesantren Mahasiswi Darush Shalihat*. Other Thesis.

Mahfuz. (2021). Pengaruh Pengetahuan Dan Promosi Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah: Studi Kasus Jamaah Masjid Al Barkah. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Perbankan Syariah*, 5(1), 48–61. <https://doi.org/10.34005/elarbah.v5i1.1573>

- Maulidi, R. (2018). *Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Menggunakan Bank Syariah*, Other Thesis.
- Mirandhawati. (2020). *Pengaruh Pengetahuan Inklusi Keunagan, Motif Menabung, dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung di bank Syariah Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus pada Mahasiswa Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universiatas islam Negeri Walisong Semarang)*. Other Thesis
- Muhaimin. dkk (2005). *Kawasan dan Wawasan Studi Islam*. Jakarta: Kencana.
- Muhammad, S. (2012). *Strategi Pembelajaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Musyaffa, H., & Iqbal, M. (2022). Pengaruh Religiusitas, Kualitas Layanan, dan Promosi Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah. *Perbanas Journal of Islamic Economics and Business*, 2(2), 167.  
<https://doi.org/10.56174/pjieb.v2i2.61>
- Percy, L., & Rossiter, J. R. (1992). A Model of Brand Awareness and Brand Attitude Advertising Strategies. . . *Psychology & Marketing*, 9 (4), 263–274.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.1002/mar.4220090402>
- Purwanto, A. (2016). *Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas Dan Tingkat Pendapatan Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah Boyolali*. Other Thesis.
- Purwanto, N. (2011). *Ilmu Pendidikan Teoritis Dan Praktis*. Jakarta: Rosdakarya.

- Prasasti, R. (2020). *Pengaruh Pengetahuan dan Pelayanan Terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Bank Syariah Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi*. Other Thesis
- Prastiwi, I. E. & Zuhdi, M. N. (2022). Analysis of Factors Affecting Interest in Saving in Islamic Bank: Knowledge, Social Environment and Psychological Factors. *Internasional Journal of Economics, Business and Accounting Reseach (IJEBAR)*, 6 (2), 770–785.  
<https://doi.org/https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/IJEBAR>
- Ramadhani, N. I., Susyanti, J., & ABS, M. K. (2019). Analisis Pengaruh Tingkat Religiusitas, Pengetahuan dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Bank Syariah Kota Malang. *E-Jurnal Riset Manajemen*, h. 81.  
[www.fe.unisma.ac.idemail:e.jrm.feunisma@gmail.com](http://www.fe.unisma.ac.idemail:e.jrm.feunisma@gmail.com)
- Saraswati, N. (2016). *Pengaruh Pengetahuan Masyarakat Terhadap Minat Nasabah Menjadi Nasabah Bank Muamalat Kcp Magelang*, Other Thesis
- Sari, C. N., & Ratno, F. A. (2020). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Nasabah Menabung dengan Religiusitas sebagai Variabel Moderasi. *Al-Masharif: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Keislaman*, 8(2), 312–327.  
<https://doi.org/10.24952/masharif.v8i2.3828>
- Shaleh, A. R. (2004). *Psikologi: Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam*. Jakarta: Kencana.
- Siregar. (2020). *Persepsi Masyarakat Terhadap Bank Syariah*. Medan: Pusantara.

- Siregar, D., dkk (2021). Increasing Customer's Saving Interest throught Religiosity, Poduct Perception, and Knowledge. *BIRCI-Journal*. 4 (1), 918-925.  
<https://doi.org/10.33258/birci.v4i1.1693>
- Slameto. (2010). *Belajar Dan Faktor-faktor Yang Mempengaruhinya*. jakarta: Rineka Cipta.
- Suharsaputra (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Tindakan*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Suhardi, P. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif untuk Bisnis Filosofi dan Praktis*. Jakarta: PT. Indeks.
- Sunyoto, D. (2013). *Perilaku Konsumen, Panduan Riset Sederhana Untuk Mengenal Konsumen*. Yogyakarta: Centre of Academic Publishing Service.
- Suryabrata, S. (2002). *Psikologi Pendidikan*. Jakarta: PT. Grafindo Perkasa Rajawali.
- Thouless. (2000). *Pengantar Psikologi Agama*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Tjiptono, F. (2010). *Strategi Pemasaran*. Cet-2. Yogyakarta: Andi.
- Ujang, S. (2014). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Bogor: Ghia Indonesia.
- Utamy, O. D. B. & Widhiastuti, R. (2019). The Effect of Sharia Bank Knowledge, Promotion, and Facilities on Savings Decisions at Sharia Banks with Savings

Interest as Mediation Variables. *Journal of Islamic Economic, Management, And Business.*, 1 (1), 1–28.  
<https://doi.org/https://10.21580/jiemb.2019.1.1.3986>

Wahyudin, A. (2015). *Metodologi Penelitian, Penelitian Bisnis & Pendidikan*. Semarang: Unnes Press

Wasid, I. & Sunendar, D. (2011). *Strategi Pembelajaran Bahasa*. Bandung: Rosdakarya.

Yanti, R. F. (2021). *Pengaruh Lingkungan Sosial, Emosional Dan Pengetahuan Produk Terhadap Minat Mahasiswa Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Perbankan Syariah Febi Iain Tulungagung)*. Other Thesis

Yoga, M. (2020). *Pengaruh Promosi dan Persepsi Nilai terhadap Minat Menabung di Bank Syariah dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Bank BRI Syariah KCP Magelang)*. Other Thesis.

Laporan Tahunan 2021 Bank Syariah Indonesia, [www.bankbsi.co.id](http://www.bankbsi.co.id)

<https://www.cnbcindonesia.com>

[WWW.OJK.co.id](http://WWW.OJK.co.id)

<https://ir.bankbsi.co.id>

## Lampiran 1 Biodata Penulis



### IDENTITAS DIRI

Nama : Muhd Syahrul Akbar  
Jenis Kelamin : Laki-Laki  
Tempat dan Tanggal Lahir : Beureunuen, 26 Maret 1999  
Status Perkawinan : Belum Menikah  
Agama : Islam  
Universitas : UIN Maulana Malik Ibrahim Malang  
Program Studi : Magister Ekonomi Syariah  
Alamat : Jl. Martorejo Gg Melati No 7, Dadaprejo, Kota Batu, Jawa Timur  
No. Telp/Hp : 082282816535  
Email : [syahrulakbar2018@gmail.com](mailto:syahrulakbar2018@gmail.com)

| RIWAYAT PENDIDIKAN |                    |                               |
|--------------------|--------------------|-------------------------------|
| Tahun Lulus        | Jenjang Pendidikan | Nama Sekolah/Perguruan Tinggi |
| 2010               | MIN/SD             | MIN Tijue                     |
| 2013               | MTsn/SMP           | SMPS Ummul Ayman Samalanga    |
| 2016               | SMA/MA             | MAS Ummul Ayman Samalanga     |
| 2020               | S1                 | UIN Ar-Raniry Banda Aceh      |

## Lampiran 2 Angket Penelitian

### ANGKET PENELITIAN

#### PENGARUH PENGETAHUAN, PROMOSI, DAN LINGKUNGAN SOSIAL TERHADAP MINAT MAHASISWA MUSLIM DI KOTA MALANG UNTUK MENJADI NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA DENGAN RELIGIUSITAS SEBAGAI VARIABEL MODERASI

##### A. IDENTITAS RESPONDEN

Nama :  
Jenis kelamin : laki-laki / Perempuan  
Kampus : Uin Malang / UNISMA  
Jurusan : Ekonomi / Non-Ekonomi  
Semester : satu / dua / tiga / empat  
Latar belakang Pendidikan : Pesantren / Non-Pesantren

##### B. PENUNJUK PENULISAN

1. Pernyataan angket penelitian ini berisikan tentang Pengaruh Pengetahuan, Promosi, dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Mahasiswa Muslim di Kota Malang Untuk Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi.
2. Pernyataan yang ada, mohon dibaca dan dipahami dengan sebaik-baiknya.
3. Berikan tanda (X) pada salah satu pilihan jawaban yang dianggap benar.
4. Setiap jawaban mempunyai skor, tidak ada resiko salah terhadap jawaban yang diberikan.
5. Terima kasih atas partisipasi Saudara/I yang telah mengisi angket pernyataan ini.

##### C. KETERANGAN PILIHAN JAWABAN

SS : Sangat Setuju  
S : Setuju  
KS : Kurang Setuju  
TS : Tidak Setuju  
STS : Sangat Tidak Setuju

#### D. PERNYATAAN ANGKET

##### 1. Variabel Pengetahuan

| NO | PERNYATAAN  | ALTERNATIVE JAWABAN |    |    |   |    |
|----|---|---------------------|----|----|---|----|
|    |   | STS                 | TS | KS | S | SS |
| 1  | Saya mengetahui Bank Syariah Indonesia adalah bank bebas riba                                     |                     |    |    |   |    |
| 2  | Saya mengetahui tentang produk-produk Bank Syariah Indonesia                                      |                     |    |    |   |    |
| 3  | Saya mengetahui perbedaan bank konvensional dengan bank syariah dalam melakukan transaksi         |                     |    |    |   |    |
| 4  | Saya mengetahui prosedur untuk menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia                             |                     |    |    |   |    |
| 5  | Saya mengetahui Bank Syariah Indonesia adalah bank yang dapat memberikan manfaat secara universal |                     |    |    |   |    |

##### 2. Variabel Promosi

| NO | PERNYATAAN  | ALTERNATIVE JAWABAN |    |    |   |    |
|----|---|---------------------|----|----|---|----|
|    |   | STS                 | TS | KS | S | SS |
| 1  | Tampilan iklan Bank Syariah Indonesia di televisi dan sosial media sangat menarik dan mudah diingat   |                     |    |    |   |    |
| 2  | Bank Syariah Indonesia melakukan promosi melalui radio, baliho, televisi, event, dan sosial media   |                     |    |    |   |    |
| 3  | Adanya stan di event-event tertentu yang memudahkan saya untuk mencari tau tentang Bank Syariah Indonesia                                   |                     |    |    |   |    |
| 4  | Informasi yang diberikan oleh karyawan Bank Syariah Indonesia memudahkan saya dalam memahami tentang produk dan jasa Bank Syariah Indonesia |                     |    |    |   |    |

### 3. Variabel Lingkungan Sosial

| NO | PERNYATAAN  | ALTERNATIVE JAWABAN |    |    |   |    |
|----|---|---------------------|----|----|---|----|
|    |   | STS                 | TS | KS | S | SS |
| 1  | Saya mengenal Bank Syariah Indonesia dari orang tua dan disarankan untuk menggunakan Bank Syariah Indonesia                     |                     |    |    |   |    |
| 2  | Saya mengenal Bank Syariah Indonesia dari saudara dan disarankan untuk menggunakan Bank Syariah Indonesia                       |                     |    |    |   |    |
| 3  | Saya mengenal Bank Syariah Indonesia dari guru/dosen dan disarankan untuk menggunakan Bank Syariah Indonesia                    |                     |    |    |   |    |
| 4  | Saya mengenal Bank Syariah Indonesia dari tokoh agama/ tokoh masyarakat dan disarankan untuk menggunakan Bank Syariah Indonesia |                     |    |    |   |    |
| 5  | Saya mengenal Bank Syariah Indonesia dari tetangga dan disarankan untuk menggunakan Bank Syariah Indonesia                      |                     |    |    |   |    |
| 6  | Saya mengenal Bank Syariah Indonesia dari teman dan disarankan untuk menggunakan Bank Syariah Indonesia                         |                     |    |    |   |    |

### 4. Minat Mahasiswa

| NO | PERNYATAAN  | ALTERNATIVE JAWABAN |    |    |   |    |
|----|---|---------------------|----|----|---|----|
|    |   | STS                 | TS | KS | S | SS |
| 1  | Saya menabung di Bank Syariah Indonesia karena keinginan dari diri sendiri      |                     |    |    |   |    |
| 2  | Saya menggunakan Bank Syariah Indonesia karena sesuai dengan ajaran agama islam |                     |    |    |   |    |
| 3  | Saya tertarik menabung di Bank Syariah Indonesia karena produk dan jasanya      |                     |    |    |   |    |
| 4  | Saya menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia karena saya                         |                     |    |    |   |    |

|  |   |  |  |  |  |  |
|--|---|--|--|--|--|--|
|  | suka dengan sistem operasional Bank Syariah Indonesia |  |  |  |  |  |
|--|---|--|--|--|--|--|

5. Variabel Religiusitas

| NO | PERNYATAAN  | ALTERNATIVE JAWABAN |    |    |   |    |
|----|---|---------------------|----|----|---|----|
|    |   | STS                 | TS | KS | S | SS |
| 1  | Saya meyakini bahwa Allah SWT memerintahkan untuk bermuamalah dengan baik dan benar                       |                     |    |    |   |    |
| 2  | Saya meyakini bahwa malaikat mengawasi setiap kegiatan muamalah   |                     |    |    |   |    |
| 3  | Saya meyakini Rasulullah mengajarkan ummatnya tatacara bermuamalah sesuai dengan perintah-Nya             |                     |    |    |   |    |
| 4  | Saya bermuamalah sesuai dengan ajaran agama islam   |                     |    |    |   |    |
| 5  | Saya bersyukur atas segala yang terjadi kepada saya termasuk dalam bermuamalah                            |                     |    |    |   |    |
| 6  | Saya mengetahui hukum riba  |                     |    |    |   |    |
| 7  | Saya mengetahui akad-akad yang digunakan di Bank Syariah Indonesia sudah sesuai dengan ajaran agama islam |                     |    |    |   |    |
| 8  | Saya meyakini kalau melaksanakan perintah-Nya akan mendapatkan pahala                                     |                     |    |    |   |    |
| 9  | Saya meyakini kalau melanggar perintah-Nya akan mendapatkan dosa  |                     |    |    |   |    |

**Lampiran 3****Variabel Pengetahuan  
(Microsoft Office Excel 2016)**

| <b>Pengetahuan</b> |             |             |             |             |             |               |
|--------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|---------------|
| <b>No</b>          | <b>X1_1</b> | <b>X1_2</b> | <b>X1_3</b> | <b>X1_4</b> | <b>X1_5</b> | <b>Jumlah</b> |
| <b>1</b>           | 4           | 4           | 4           | 4           | 4           | 20            |
| <b>2</b>           | 5           | 5           | 5           | 5           | 5           | 25            |
| <b>3</b>           | 4           | 5           | 3           | 4           | 5           | 21            |
| <b>4</b>           | 5           | 5           | 5           | 5           | 5           | 25            |
| <b>5</b>           | 5           | 5           | 5           | 5           | 5           | 25            |
| <b>6</b>           | 5           | 5           | 5           | 5           | 5           | 25            |
| <b>7</b>           | 4           | 4           | 4           | 5           | 5           | 22            |
| <b>8</b>           | 4           | 4           | 4           | 4           | 4           | 20            |
| <b>9</b>           | 3           | 3           | 4           | 4           | 4           | 18            |
| <b>10</b>          | 5           | 5           | 5           | 5           | 5           | 25            |
| <b>11</b>          | 5           | 4           | 5           | 4           | 5           | 23            |
| <b>12</b>          | 4           | 4           | 4           | 4           | 4           | 20            |
| <b>13</b>          | 5           | 5           | 5           | 5           | 4           | 24            |
| <b>14</b>          | 5           | 5           | 5           | 5           | 5           | 25            |
| <b>15</b>          | 4           | 4           | 5           | 4           | 5           | 22            |
| <b>16</b>          | 5           | 5           | 5           | 5           | 5           | 25            |
| <b>17</b>          | 4           | 5           | 4           | 5           | 4           | 22            |
| <b>18</b>          | 4           | 3           | 4           | 3           | 5           | 19            |
| <b>19</b>          | 4           | 5           | 4           | 4           | 5           | 22            |
| <b>20</b>          | 4           | 4           | 5           | 4           | 4           | 21            |
| <b>21</b>          | 5           | 4           | 5           | 5           | 5           | 24            |
| <b>22</b>          | 4           | 5           | 5           | 3           | 3           | 20            |
| <b>23</b>          | 4           | 4           | 4           | 5           | 4           | 21            |
| <b>24</b>          | 4           | 4           | 4           | 5           | 4           | 21            |
| <b>25</b>          | 5           | 5           | 4           | 4           | 5           | 23            |
| <b>26</b>          | 4           | 5           | 5           | 5           | 5           | 24            |
| <b>27</b>          | 5           | 5           | 4           | 5           | 4           | 23            |
| <b>28</b>          | 4           | 3           | 4           | 3           | 4           | 18            |
| <b>29</b>          | 5           | 5           | 5           | 5           | 5           | 25            |
| <b>30</b>          | 3           | 2           | 4           | 4           | 4           | 17            |
| <b>31</b>          | 5           | 5           | 4           | 5           | 4           | 23            |
| <b>32</b>          | 4           | 5           | 5           | 5           | 5           | 24            |
| <b>33</b>          | 5           | 5           | 5           | 4           | 4           | 23            |
| <b>34</b>          | 4           | 4           | 5           | 4           | 4           | 21            |
| <b>35</b>          | 4           | 5           | 4           | 5           | 4           | 22            |

|           |   |   |   |   |   |    |
|-----------|---|---|---|---|---|----|
| <b>36</b> | 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 19 |
| <b>37</b> | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 19 |
| <b>38</b> | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| <b>39</b> | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 23 |
| <b>40</b> | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 19 |
| <b>41</b> | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| <b>42</b> | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| <b>43</b> | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| <b>44</b> | 5 | 3 | 5 | 5 | 4 | 22 |
| <b>45</b> | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| <b>46</b> | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| <b>47</b> | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| <b>48</b> | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 24 |
| <b>49</b> | 4 | 3 | 5 | 5 | 4 | 21 |
| <b>50</b> | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 23 |
| <b>51</b> | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 23 |
| <b>52</b> | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| <b>53</b> | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 16 |
| <b>54</b> | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| <b>55</b> | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| <b>56</b> | 4 | 2 | 5 | 4 | 4 | 19 |
| <b>57</b> | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| <b>58</b> | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 11 |
| <b>59</b> | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 23 |
| <b>60</b> | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 19 |
| <b>61</b> | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 19 |
| <b>62</b> | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| <b>63</b> | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| <b>64</b> | 5 | 3 | 4 | 4 | 3 | 19 |
| <b>65</b> | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 22 |
| <b>66</b> | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 22 |
| <b>67</b> | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| <b>68</b> | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 17 |
| <b>69</b> | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| <b>70</b> | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 24 |
| <b>71</b> | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 21 |
| <b>72</b> | 4 | 2 | 3 | 3 | 4 | 16 |
| <b>73</b> | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| <b>74</b> | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 21 |
| <b>75</b> | 5 | 5 | 3 | 4 | 3 | 20 |
| <b>76</b> | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 23 |
| <b>77</b> | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 20 |

|            |   |   |   |   |   |    |
|------------|---|---|---|---|---|----|
| <b>78</b>  | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 19 |
| <b>79</b>  | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 21 |
| <b>80</b>  | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 21 |
| <b>81</b>  | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 24 |
| <b>82</b>  | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 20 |
| <b>83</b>  | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| <b>84</b>  | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 20 |
| <b>85</b>  | 3 | 4 | 2 | 4 | 3 | 16 |
| <b>86</b>  | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 23 |
| <b>87</b>  | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 24 |
| <b>88</b>  | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| <b>89</b>  | 5 | 3 | 3 | 4 | 5 | 20 |
| <b>90</b>  | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 21 |
| <b>91</b>  | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 20 |
| <b>92</b>  | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 22 |
| <b>93</b>  | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 21 |
| <b>94</b>  | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 18 |
| <b>95</b>  | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 22 |
| <b>96</b>  | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 20 |
| <b>97</b>  | 4 | 3 | 5 | 5 | 4 | 21 |
| <b>98</b>  | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 21 |
| <b>99</b>  | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 17 |
| <b>100</b> | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| <b>101</b> | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 19 |
| <b>102</b> | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 17 |
| <b>103</b> | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 19 |
| <b>104</b> | 3 | 3 | 5 | 5 | 3 | 19 |
| <b>105</b> | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 20 |
| <b>106</b> | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 18 |
| <b>107</b> | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 21 |
| <b>108</b> | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 23 |
| <b>109</b> | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 22 |
| <b>110</b> | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 23 |
| <b>111</b> | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| <b>112</b> | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 22 |
| <b>113</b> | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| <b>114</b> | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| <b>115</b> | 5 | 3 | 4 | 3 | 3 | 18 |
| <b>116</b> | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 16 |
| <b>117</b> | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 24 |
| <b>118</b> | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| <b>119</b> | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 19 |

|            |   |   |   |   |   |    |
|------------|---|---|---|---|---|----|
| <b>120</b> | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| <b>121</b> | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 22 |
| <b>122</b> | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 23 |
| <b>123</b> | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| <b>124</b> | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 22 |
| <b>125</b> | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 20 |
| <b>126</b> | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 19 |
| <b>127</b> | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 22 |
| <b>128</b> | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 23 |
| <b>129</b> | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 16 |
| <b>130</b> | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 22 |
| <b>131</b> | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 18 |
| <b>132</b> | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 17 |
| <b>133</b> | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 22 |
| <b>134</b> | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 20 |
| <b>135</b> | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 20 |
| <b>136</b> | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| <b>137</b> | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 23 |
| <b>138</b> | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| <b>139</b> | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| <b>140</b> | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 22 |
| <b>141</b> | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 22 |
| <b>142</b> | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 18 |
| <b>143</b> | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| <b>144</b> | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 18 |
| <b>145</b> | 4 | 3 | 5 | 5 | 4 | 21 |
| <b>146</b> | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| <b>147</b> | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 21 |
| <b>148</b> | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 20 |
| <b>149</b> | 4 | 3 | 5 | 5 | 4 | 21 |
| <b>150</b> | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| <b>151</b> | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 18 |
| <b>152</b> | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 19 |
| <b>153</b> | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| <b>154</b> | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 24 |
| <b>155</b> | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| <b>156</b> | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 23 |
| <b>157</b> | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| <b>158</b> | 3 | 4 | 5 | 3 | 4 | 19 |
| <b>159</b> | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 21 |
| <b>160</b> | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| <b>161</b> | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 17 |

|            |   |   |   |   |   |    |
|------------|---|---|---|---|---|----|
| <b>162</b> | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 21 |
| <b>163</b> | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 19 |
| <b>164</b> | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 18 |

**Variabel Promosi**  
(Microsoft Office Excel 2016)

| <b>Promosi</b> |             |             |             |             |               |
|----------------|-------------|-------------|-------------|-------------|---------------|
| <b>No</b>      | <b>X2_1</b> | <b>X2_2</b> | <b>X2_3</b> | <b>X2_4</b> | <b>Jumlah</b> |
| <b>1</b>       | 4           | 4           | 4           | 3           | 15            |
| <b>2</b>       | 5           | 5           | 4           | 4           | 18            |
| <b>3</b>       | 5           | 4           | 4           | 3           | 16            |
| <b>4</b>       | 5           | 5           | 4           | 4           | 18            |
| <b>5</b>       | 5           | 5           | 4           | 4           | 18            |
| <b>6</b>       | 5           | 5           | 4           | 4           | 18            |
| <b>7</b>       | 4           | 4           | 2           | 4           | 14            |
| <b>8</b>       | 5           | 4           | 3           | 3           | 15            |
| <b>9</b>       | 4           | 3           | 2           | 2           | 11            |
| <b>10</b>      | 5           | 4           | 4           | 4           | 17            |
| <b>11</b>      | 5           | 5           | 4           | 5           | 19            |
| <b>12</b>      | 4           | 4           | 4           | 4           | 16            |
| <b>13</b>      | 3           | 4           | 4           | 3           | 14            |
| <b>14</b>      | 5           | 5           | 5           | 5           | 20            |
| <b>15</b>      | 5           | 5           | 5           | 3           | 18            |
| <b>16</b>      | 5           | 5           | 5           | 5           | 20            |
| <b>17</b>      | 4           | 5           | 4           | 5           | 18            |
| <b>18</b>      | 4           | 5           | 5           | 5           | 19            |
| <b>19</b>      | 4           | 5           | 5           | 5           | 19            |
| <b>20</b>      | 4           | 4           | 5           | 4           | 17            |
| <b>21</b>      | 4           | 4           | 4           | 5           | 17            |
| <b>22</b>      | 5           | 5           | 4           | 5           | 19            |
| <b>23</b>      | 4           | 5           | 4           | 5           | 18            |
| <b>24</b>      | 4           | 5           | 4           | 5           | 18            |
| <b>25</b>      | 5           | 5           | 4           | 4           | 18            |
| <b>26</b>      | 4           | 4           | 4           | 5           | 17            |
| <b>27</b>      | 4           | 5           | 5           | 4           | 18            |
| <b>28</b>      | 3           | 3           | 3           | 3           | 12            |
| <b>29</b>      | 5           | 4           | 4           | 4           | 17            |
| <b>30</b>      | 4           | 4           | 3           | 4           | 15            |
| <b>31</b>      | 4           | 5           | 5           | 4           | 18            |
| <b>32</b>      | 4           | 4           | 3           | 3           | 14            |

|    |   |   |   |   |    |
|----|---|---|---|---|----|
| 33 | 5 | 5 | 4 | 5 | 19 |
| 34 | 5 | 5 | 4 | 5 | 19 |
| 35 | 4 | 3 | 4 | 5 | 16 |
| 36 | 3 | 4 | 4 | 3 | 14 |
| 37 | 3 | 4 | 4 | 3 | 14 |
| 38 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 39 | 4 | 5 | 4 | 4 | 17 |
| 40 | 5 | 4 | 5 | 3 | 17 |
| 41 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 42 | 4 | 5 | 4 | 3 | 16 |
| 43 | 4 | 4 | 4 | 3 | 15 |
| 44 | 3 | 5 | 4 | 4 | 16 |
| 45 | 4 | 4 | 3 | 4 | 15 |
| 46 | 4 | 4 | 4 | 5 | 17 |
| 47 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 48 | 4 | 4 | 4 | 5 | 17 |
| 49 | 5 | 4 | 3 | 4 | 16 |
| 50 | 5 | 4 | 4 | 5 | 18 |
| 51 | 5 | 5 | 4 | 4 | 18 |
| 52 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 53 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 54 | 3 | 4 | 3 | 3 | 13 |
| 55 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 56 | 3 | 5 | 4 | 5 | 17 |
| 57 | 3 | 3 | 3 | 3 | 12 |
| 58 | 2 | 1 | 1 | 1 | 5  |
| 59 | 4 | 5 | 4 | 5 | 18 |
| 60 | 5 | 4 | 3 | 3 | 15 |
| 61 | 3 | 5 | 4 | 4 | 16 |
| 62 | 5 | 5 | 4 | 5 | 19 |
| 63 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 64 | 3 | 3 | 3 | 3 | 12 |
| 65 | 4 | 5 | 4 | 5 | 18 |
| 66 | 4 | 5 | 5 | 5 | 19 |
| 67 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 68 | 5 | 4 | 3 | 5 | 17 |
| 69 | 4 | 4 | 4 | 5 | 17 |
| 70 | 5 | 4 | 5 | 5 | 19 |
| 71 | 4 | 4 | 3 | 4 | 15 |
| 72 | 2 | 4 | 3 | 3 | 12 |
| 73 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 74 | 3 | 4 | 3 | 3 | 13 |

|            |   |   |   |   |    |
|------------|---|---|---|---|----|
| <b>75</b>  | 4 | 3 | 3 | 3 | 13 |
| <b>76</b>  | 4 | 5 | 5 | 4 | 18 |
| <b>77</b>  | 3 | 4 | 4 | 4 | 15 |
| <b>78</b>  | 3 | 4 | 4 | 3 | 14 |
| <b>79</b>  | 4 | 5 | 4 | 4 | 17 |
| <b>80</b>  | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| <b>81</b>  | 5 | 5 | 4 | 4 | 18 |
| <b>82</b>  | 4 | 4 | 3 | 3 | 14 |
| <b>83</b>  | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| <b>84</b>  | 5 | 5 | 5 | 4 | 19 |
| <b>85</b>  | 3 | 3 | 4 | 4 | 14 |
| <b>86</b>  | 5 | 5 | 4 | 5 | 19 |
| <b>87</b>  | 5 | 5 | 4 | 5 | 19 |
| <b>88</b>  | 5 | 5 | 4 | 5 | 19 |
| <b>89</b>  | 5 | 5 | 3 | 4 | 17 |
| <b>90</b>  | 4 | 4 | 5 | 4 | 17 |
| <b>91</b>  | 4 | 3 | 4 | 4 | 15 |
| <b>92</b>  | 4 | 5 | 4 | 4 | 17 |
| <b>93</b>  | 5 | 5 | 5 | 4 | 19 |
| <b>94</b>  | 4 | 5 | 4 | 3 | 16 |
| <b>95</b>  | 5 | 4 | 4 | 3 | 16 |
| <b>96</b>  | 3 | 4 | 4 | 4 | 15 |
| <b>97</b>  | 3 | 4 | 4 | 4 | 15 |
| <b>98</b>  | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| <b>99</b>  | 3 | 3 | 2 | 3 | 11 |
| <b>100</b> | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| <b>101</b> | 3 | 4 | 5 | 4 | 16 |
| <b>102</b> | 3 | 4 | 3 | 3 | 13 |
| <b>103</b> | 3 | 4 | 3 | 4 | 14 |
| <b>104</b> | 4 | 4 | 4 | 3 | 15 |
| <b>105</b> | 3 | 5 | 4 | 5 | 17 |
| <b>106</b> | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| <b>107</b> | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| <b>108</b> | 5 | 5 | 4 | 5 | 19 |
| <b>109</b> | 4 | 5 | 4 | 3 | 16 |
| <b>110</b> | 5 | 5 | 4 | 4 | 18 |
| <b>111</b> | 3 | 3 | 3 | 3 | 12 |
| <b>112</b> | 3 | 4 | 3 | 4 | 14 |
| <b>113</b> | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| <b>114</b> | 3 | 4 | 3 | 4 | 14 |
| <b>115</b> | 4 | 5 | 4 | 4 | 17 |
| <b>116</b> | 4 | 3 | 4 | 3 | 14 |

|            |   |   |   |   |    |
|------------|---|---|---|---|----|
| <b>117</b> | 5 | 5 | 3 | 5 | 18 |
| <b>118</b> | 3 | 5 | 4 | 5 | 17 |
| <b>119</b> | 4 | 4 | 4 | 3 | 15 |
| <b>120</b> | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| <b>121</b> | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| <b>122</b> | 4 | 5 | 5 | 5 | 19 |
| <b>123</b> | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| <b>124</b> | 4 | 4 | 4 | 5 | 17 |
| <b>125</b> | 4 | 4 | 4 | 5 | 17 |
| <b>126</b> | 3 | 3 | 3 | 4 | 13 |
| <b>127</b> | 4 | 5 | 4 | 5 | 18 |
| <b>128</b> | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| <b>129</b> | 4 | 4 | 3 | 3 | 14 |
| <b>130</b> | 4 | 5 | 5 | 4 | 18 |
| <b>131</b> | 3 | 4 | 3 | 4 | 14 |
| <b>132</b> | 3 | 4 | 3 | 3 | 13 |
| <b>133</b> | 4 | 4 | 5 | 4 | 17 |
| <b>134</b> | 3 | 4 | 4 | 4 | 15 |
| <b>135</b> | 4 | 4 | 5 | 5 | 18 |
| <b>136</b> | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| <b>137</b> | 4 | 4 | 3 | 4 | 15 |
| <b>138</b> | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| <b>139</b> | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| <b>140</b> | 5 | 4 | 5 | 4 | 18 |
| <b>141</b> | 4 | 4 | 4 | 5 | 17 |
| <b>142</b> | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| <b>143</b> | 4 | 4 | 5 | 5 | 18 |
| <b>144</b> | 4 | 4 | 4 | 3 | 15 |
| <b>145</b> | 3 | 4 | 4 | 4 | 15 |
| <b>146</b> | 3 | 4 | 3 | 3 | 13 |
| <b>147</b> | 4 | 4 | 5 | 4 | 17 |
| <b>148</b> | 4 | 4 | 3 | 5 | 16 |
| <b>149</b> | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| <b>150</b> | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| <b>151</b> | 3 | 3 | 3 | 3 | 12 |
| <b>152</b> | 4 | 4 | 4 | 3 | 15 |
| <b>153</b> | 3 | 3 | 3 | 3 | 12 |
| <b>154</b> | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| <b>155</b> | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| <b>156</b> | 4 | 5 | 5 | 5 | 19 |
| <b>157</b> | 4 | 4 | 4 | 5 | 17 |
| <b>158</b> | 5 | 4 | 4 | 4 | 17 |

|            |   |   |   |   |    |
|------------|---|---|---|---|----|
| <b>159</b> | 3 | 4 | 3 | 3 | 13 |
| <b>160</b> | 3 | 3 | 3 | 3 | 12 |
| <b>161</b> | 3 | 4 | 3 | 5 | 15 |
| <b>162</b> | 5 | 5 | 4 | 4 | 18 |
| <b>163</b> | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| <b>164</b> | 3 | 5 | 5 | 5 | 18 |

**Variabel Lingkungan Sosial**  
(Microsoft Office Excel 2016)

| <b>Lingkungan</b> |             |             |             |             |             |             |               |
|-------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|---------------|
| <b>No</b>         | <b>X3_1</b> | <b>X3_2</b> | <b>X3_3</b> | <b>X3_4</b> | <b>X3_5</b> | <b>X3_6</b> | <b>Jumlah</b> |
| <b>1</b>          | 4           | 5           | 4           | 4           | 4           | 3           | 24            |
| <b>2</b>          | 5           | 5           | 5           | 5           | 5           | 4           | 29            |
| <b>3</b>          | 5           | 5           | 5           | 4           | 5           | 3           | 27            |
| <b>4</b>          | 4           | 4           | 4           | 5           | 5           | 1           | 23            |
| <b>5</b>          | 5           | 5           | 5           | 5           | 5           | 3           | 28            |
| <b>6</b>          | 5           | 5           | 5           | 5           | 5           | 4           | 29            |
| <b>7</b>          | 4           | 5           | 3           | 4           | 4           | 3           | 23            |
| <b>8</b>          | 5           | 3           | 4           | 4           | 5           | 3           | 24            |
| <b>9</b>          | 4           | 4           | 3           | 4           | 4           | 3           | 22            |
| <b>10</b>         | 4           | 5           | 5           | 5           | 5           | 4           | 28            |
| <b>11</b>         | 4           | 5           | 5           | 5           | 5           | 5           | 29            |
| <b>12</b>         | 4           | 4           | 4           | 4           | 4           | 4           | 24            |
| <b>13</b>         | 5           | 4           | 4           | 5           | 3           | 4           | 25            |
| <b>14</b>         | 4           | 4           | 4           | 5           | 5           | 5           | 27            |
| <b>15</b>         | 4           | 4           | 3           | 4           | 4           | 4           | 23            |
| <b>16</b>         | 5           | 5           | 5           | 5           | 5           | 5           | 30            |
| <b>17</b>         | 4           | 4           | 5           | 4           | 5           | 5           | 27            |
| <b>18</b>         | 4           | 5           | 4           | 5           | 4           | 5           | 27            |
| <b>19</b>         | 5           | 5           | 4           | 4           | 4           | 4           | 26            |
| <b>20</b>         | 4           | 5           | 4           | 5           | 4           | 4           | 26            |
| <b>21</b>         | 4           | 5           | 4           | 5           | 5           | 4           | 27            |
| <b>22</b>         | 5           | 3           | 5           | 4           | 5           | 5           | 27            |
| <b>23</b>         | 4           | 5           | 5           | 5           | 5           | 4           | 28            |
| <b>24</b>         | 4           | 3           | 4           | 4           | 5           | 4           | 24            |
| <b>25</b>         | 5           | 4           | 4           | 4           | 5           | 5           | 27            |
| <b>26</b>         | 4           | 5           | 4           | 4           | 4           | 5           | 26            |
| <b>27</b>         | 5           | 5           | 5           | 4           | 4           | 5           | 28            |
| <b>28</b>         | 3           | 4           | 3           | 4           | 4           | 4           | 22            |
| <b>29</b>         | 4           | 4           | 4           | 4           | 4           | 4           | 24            |

|           |   |   |   |   |   |   |    |
|-----------|---|---|---|---|---|---|----|
| <b>30</b> | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 23 |
| <b>31</b> | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 27 |
| <b>32</b> | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 19 |
| <b>33</b> | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 25 |
| <b>34</b> | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 25 |
| <b>35</b> | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 26 |
| <b>36</b> | 5 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 21 |
| <b>37</b> | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 22 |
| <b>38</b> | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| <b>39</b> | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 25 |
| <b>40</b> | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 27 |
| <b>41</b> | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| <b>42</b> | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 24 |
| <b>43</b> | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 23 |
| <b>44</b> | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 28 |
| <b>45</b> | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| <b>46</b> | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 29 |
| <b>47</b> | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| <b>48</b> | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 27 |
| <b>49</b> | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 21 |
| <b>50</b> | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 27 |
| <b>51</b> | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 27 |
| <b>52</b> | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| <b>53</b> | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 21 |
| <b>54</b> | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| <b>55</b> | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| <b>56</b> | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 27 |
| <b>57</b> | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| <b>58</b> | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 16 |
| <b>59</b> | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 29 |
| <b>60</b> | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 24 |
| <b>61</b> | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 29 |
| <b>62</b> | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 29 |
| <b>63</b> | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| <b>64</b> | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 19 |
| <b>65</b> | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 27 |
| <b>66</b> | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 25 |
| <b>67</b> | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| <b>68</b> | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 23 |
| <b>69</b> | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| <b>70</b> | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 27 |
| <b>71</b> | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 28 |

|            |   |   |   |   |   |   |    |
|------------|---|---|---|---|---|---|----|
| <b>72</b>  | 3 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| <b>73</b>  | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| <b>74</b>  | 5 | 3 | 3 | 5 | 4 | 5 | 25 |
| <b>75</b>  | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 19 |
| <b>76</b>  | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 26 |
| <b>77</b>  | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| <b>78</b>  | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| <b>79</b>  | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 26 |
| <b>80</b>  | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 23 |
| <b>81</b>  | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 27 |
| <b>82</b>  | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 25 |
| <b>83</b>  | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| <b>84</b>  | 3 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 23 |
| <b>85</b>  | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 19 |
| <b>86</b>  | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 27 |
| <b>87</b>  | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 27 |
| <b>88</b>  | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| <b>89</b>  | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 27 |
| <b>90</b>  | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 23 |
| <b>91</b>  | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 22 |
| <b>92</b>  | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 28 |
| <b>93</b>  | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 26 |
| <b>94</b>  | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 27 |
| <b>95</b>  | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 24 |
| <b>96</b>  | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 3 | 25 |
| <b>97</b>  | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 26 |
| <b>98</b>  | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 22 |
| <b>99</b>  | 3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| <b>100</b> | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| <b>101</b> | 5 | 5 | 5 | 4 | 2 | 4 | 25 |
| <b>102</b> | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 20 |
| <b>103</b> | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| <b>104</b> | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 27 |
| <b>105</b> | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 25 |
| <b>106</b> | 3 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 22 |
| <b>107</b> | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 26 |
| <b>108</b> | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 27 |
| <b>109</b> | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 26 |
| <b>110</b> | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 27 |
| <b>111</b> | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| <b>112</b> | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 21 |
| <b>113</b> | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |

|            |   |   |   |   |   |   |    |
|------------|---|---|---|---|---|---|----|
| <b>114</b> | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| <b>115</b> | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 | 27 |
| <b>116</b> | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 20 |
| <b>117</b> | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 26 |
| <b>118</b> | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| <b>119</b> | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| <b>120</b> | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| <b>121</b> | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 26 |
| <b>122</b> | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 25 |
| <b>123</b> | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| <b>124</b> | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 29 |
| <b>125</b> | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 24 |
| <b>126</b> | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 23 |
| <b>127</b> | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 22 |
| <b>128</b> | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| <b>129</b> | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 19 |
| <b>130</b> | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 27 |
| <b>131</b> | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| <b>132</b> | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 22 |
| <b>133</b> | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 24 |
| <b>134</b> | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 25 |
| <b>135</b> | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 24 |
| <b>136</b> | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| <b>137</b> | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 27 |
| <b>138</b> | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 25 |
| <b>139</b> | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| <b>140</b> | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 28 |
| <b>141</b> | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 24 |
| <b>142</b> | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| <b>143</b> | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 28 |
| <b>144</b> | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 21 |
| <b>145</b> | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 24 |
| <b>146</b> | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 23 |
| <b>147</b> | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 26 |
| <b>148</b> | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 24 |
| <b>149</b> | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 27 |
| <b>150</b> | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| <b>151</b> | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 22 |
| <b>152</b> | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 22 |
| <b>153</b> | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| <b>154</b> | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| <b>155</b> | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 22 |

|            |   |   |   |   |   |   |    |
|------------|---|---|---|---|---|---|----|
| <b>156</b> | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 26 |
| <b>157</b> | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| <b>158</b> | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 25 |
| <b>159</b> | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 25 |
| <b>160</b> | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| <b>161</b> | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 21 |
| <b>162</b> | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 24 |
| <b>163</b> | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 26 |
| <b>164</b> | 4 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 23 |

### Variabel Minat

(Microsoft Office Excel 2016)

| <b>Minat</b> |            |            |            |            |               |
|--------------|------------|------------|------------|------------|---------------|
| <b>No</b>    | <b>Y_1</b> | <b>Y_2</b> | <b>Y_3</b> | <b>Y_4</b> | <b>Jumlah</b> |
| <b>1</b>     | 5          | 4          | 5          | 4          | 18            |
| <b>2</b>     | 5          | 5          | 5          | 5          | 20            |
| <b>3</b>     | 4          | 5          | 5          | 4          | 18            |
| <b>4</b>     | 5          | 5          | 5          | 5          | 20            |
| <b>5</b>     | 4          | 4          | 5          | 5          | 18            |
| <b>6</b>     | 5          | 5          | 5          | 5          | 20            |
| <b>7</b>     | 4          | 4          | 4          | 5          | 17            |
| <b>8</b>     | 5          | 4          | 4          | 4          | 17            |
| <b>9</b>     | 5          | 5          | 5          | 5          | 20            |
| <b>10</b>    | 5          | 5          | 5          | 5          | 20            |
| <b>11</b>    | 4          | 5          | 5          | 5          | 19            |
| <b>12</b>    | 5          | 4          | 5          | 4          | 18            |
| <b>13</b>    | 5          | 5          | 3          | 4          | 17            |
| <b>14</b>    | 5          | 5          | 5          | 5          | 20            |
| <b>15</b>    | 5          | 5          | 5          | 5          | 20            |
| <b>16</b>    | 5          | 5          | 5          | 5          | 20            |
| <b>17</b>    | 4          | 5          | 5          | 4          | 18            |
| <b>18</b>    | 3          | 5          | 5          | 4          | 17            |
| <b>19</b>    | 4          | 4          | 4          | 5          | 17            |
| <b>20</b>    | 4          | 5          | 4          | 4          | 17            |
| <b>21</b>    | 5          | 5          | 5          | 4          | 19            |
| <b>22</b>    | 5          | 4          | 3          | 5          | 17            |
| <b>23</b>    | 5          | 4          | 5          | 4          | 18            |
| <b>24</b>    | 5          | 4          | 4          | 4          | 17            |
| <b>25</b>    | 4          | 4          | 5          | 4          | 17            |
| <b>26</b>    | 4          | 5          | 5          | 4          | 18            |

|    |   |   |   |   |    |
|----|---|---|---|---|----|
| 27 | 5 | 4 | 4 | 5 | 18 |
| 28 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 29 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 30 | 4 | 3 | 4 | 3 | 14 |
| 31 | 4 | 5 | 5 | 4 | 18 |
| 32 | 3 | 4 | 5 | 4 | 16 |
| 33 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 34 | 4 | 4 | 4 | 5 | 17 |
| 35 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 36 | 3 | 3 | 3 | 3 | 12 |
| 37 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 38 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 39 | 4 | 5 | 5 | 4 | 18 |
| 40 | 3 | 4 | 5 | 5 | 17 |
| 41 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 42 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 43 | 4 | 5 | 5 | 4 | 18 |
| 44 | 4 | 4 | 5 | 3 | 16 |
| 45 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 46 | 5 | 4 | 5 | 4 | 18 |
| 47 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 48 | 5 | 4 | 4 | 5 | 18 |
| 49 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 50 | 4 | 4 | 4 | 5 | 17 |
| 51 | 5 | 4 | 4 | 5 | 18 |
| 52 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 53 | 4 | 4 | 3 | 3 | 14 |
| 54 | 3 | 3 | 3 | 3 | 12 |
| 55 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 56 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 57 | 3 | 3 | 3 | 3 | 12 |
| 58 | 3 | 2 | 2 | 3 | 10 |
| 59 | 5 | 5 | 4 | 4 | 18 |
| 60 | 3 | 3 | 4 | 3 | 13 |
| 61 | 4 | 5 | 4 | 4 | 17 |
| 62 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 63 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 64 | 3 | 4 | 4 | 3 | 14 |
| 65 | 4 | 5 | 4 | 4 | 17 |
| 66 | 5 | 4 | 2 | 5 | 16 |
| 67 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 68 | 4 | 3 | 4 | 4 | 15 |

|            |   |   |   |   |    |
|------------|---|---|---|---|----|
| <b>69</b>  | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| <b>70</b>  | 5 | 4 | 4 | 5 | 18 |
| <b>71</b>  | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| <b>72</b>  | 4 | 4 | 3 | 4 | 15 |
| <b>73</b>  | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| <b>74</b>  | 5 | 3 | 5 | 3 | 16 |
| <b>75</b>  | 3 | 3 | 3 | 3 | 12 |
| <b>76</b>  | 5 | 5 | 5 | 4 | 19 |
| <b>77</b>  | 5 | 4 | 4 | 4 | 17 |
| <b>78</b>  | 5 | 4 | 4 | 4 | 17 |
| <b>79</b>  | 5 | 4 | 4 | 3 | 16 |
| <b>80</b>  | 4 | 4 | 5 | 4 | 17 |
| <b>81</b>  | 4 | 5 | 5 | 5 | 19 |
| <b>82</b>  | 4 | 4 | 5 | 5 | 18 |
| <b>83</b>  | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| <b>84</b>  | 4 | 5 | 5 | 5 | 19 |
| <b>85</b>  | 4 | 4 | 5 | 4 | 17 |
| <b>86</b>  | 5 | 5 | 5 | 4 | 19 |
| <b>87</b>  | 3 | 5 | 4 | 4 | 16 |
| <b>88</b>  | 5 | 4 | 4 | 4 | 17 |
| <b>89</b>  | 5 | 5 | 4 | 5 | 19 |
| <b>90</b>  | 4 | 4 | 4 | 3 | 15 |
| <b>91</b>  | 4 | 4 | 3 | 5 | 16 |
| <b>92</b>  | 4 | 5 | 4 | 4 | 17 |
| <b>93</b>  | 5 | 4 | 4 | 4 | 17 |
| <b>94</b>  | 5 | 5 | 5 | 4 | 19 |
| <b>95</b>  | 3 | 4 | 4 | 3 | 14 |
| <b>96</b>  | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| <b>97</b>  | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| <b>98</b>  | 4 | 3 | 4 | 4 | 15 |
| <b>99</b>  | 3 | 4 | 3 | 3 | 13 |
| <b>100</b> | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| <b>101</b> | 5 | 5 | 5 | 4 | 19 |
| <b>102</b> | 3 | 4 | 3 | 3 | 13 |
| <b>103</b> | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| <b>104</b> | 4 | 4 | 4 | 5 | 17 |
| <b>105</b> | 5 | 4 | 4 | 4 | 17 |
| <b>106</b> | 4 | 4 | 4 | 5 | 17 |
| <b>107</b> | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| <b>108</b> | 5 | 4 | 4 | 5 | 18 |
| <b>109</b> | 4 | 5 | 4 | 4 | 17 |
| <b>110</b> | 5 | 4 | 5 | 4 | 18 |

|            |   |   |   |   |    |
|------------|---|---|---|---|----|
| <b>111</b> | 3 | 3 | 3 | 3 | 12 |
| <b>112</b> | 3 | 4 | 4 | 3 | 14 |
| <b>113</b> | 4 | 4 | 4 | 3 | 15 |
| <b>114</b> | 4 | 3 | 3 | 4 | 14 |
| <b>115</b> | 4 | 5 | 4 | 3 | 16 |
| <b>116</b> | 3 | 3 | 3 | 4 | 13 |
| <b>117</b> | 4 | 5 | 5 | 5 | 19 |
| <b>118</b> | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| <b>119</b> | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| <b>120</b> | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| <b>121</b> | 4 | 4 | 5 | 5 | 18 |
| <b>122</b> | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| <b>123</b> | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| <b>124</b> | 4 | 5 | 5 | 4 | 18 |
| <b>125</b> | 4 | 5 | 4 | 3 | 16 |
| <b>126</b> | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| <b>127</b> | 4 | 4 | 4 | 5 | 17 |
| <b>128</b> | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| <b>129</b> | 3 | 3 | 3 | 4 | 13 |
| <b>130</b> | 4 | 5 | 4 | 5 | 18 |
| <b>131</b> | 5 | 5 | 4 | 4 | 18 |
| <b>132</b> | 3 | 3 | 3 | 3 | 12 |
| <b>133</b> | 5 | 5 | 4 | 4 | 18 |
| <b>134</b> | 3 | 4 | 4 | 4 | 15 |
| <b>135</b> | 3 | 4 | 4 | 4 | 15 |
| <b>136</b> | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| <b>137</b> | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| <b>138</b> | 4 | 5 | 5 | 4 | 18 |
| <b>139</b> | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| <b>140</b> | 4 | 5 | 5 | 5 | 19 |
| <b>141</b> | 5 | 4 | 4 | 4 | 17 |
| <b>142</b> | 4 | 3 | 4 | 4 | 15 |
| <b>143</b> | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| <b>144</b> | 3 | 3 | 4 | 3 | 13 |
| <b>145</b> | 5 | 4 | 4 | 4 | 17 |
| <b>146</b> | 4 | 4 | 4 | 3 | 15 |
| <b>147</b> | 4 | 5 | 4 | 4 | 17 |
| <b>148</b> | 4 | 3 | 3 | 4 | 14 |
| <b>149</b> | 4 | 4 | 5 | 5 | 18 |
| <b>150</b> | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| <b>151</b> | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| <b>152</b> | 4 | 2 | 3 | 3 | 12 |

|            |   |   |   |   |    |
|------------|---|---|---|---|----|
| <b>153</b> | 3 | 3 | 3 | 3 | 12 |
| <b>154</b> | 4 | 5 | 4 | 5 | 18 |
| <b>155</b> | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| <b>156</b> | 5 | 4 | 5 | 5 | 19 |
| <b>157</b> | 4 | 5 | 4 | 5 | 18 |
| <b>158</b> | 4 | 5 | 5 | 4 | 18 |
| <b>159</b> | 5 | 3 | 4 | 5 | 17 |
| <b>160</b> | 3 | 3 | 3 | 3 | 12 |
| <b>161</b> | 4 | 3 | 3 | 3 | 13 |
| <b>162</b> | 4 | 4 | 4 | 3 | 15 |
| <b>163</b> | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| <b>164</b> | 3 | 5 | 5 | 5 | 18 |

**Variabel Religiusitas**  
(Microsoft Office Excel 2016)

| <b>Religiusitas</b> |            |            |            |            |            |            |            |            |            |               |
|---------------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|---------------|
| <b>NO</b>           | <b>Z_1</b> | <b>Z_2</b> | <b>Z_3</b> | <b>Z_4</b> | <b>Z_5</b> | <b>Z_6</b> | <b>Z_7</b> | <b>Z_8</b> | <b>Z_9</b> | <b>Jumlah</b> |
| <b>1</b>            | 4          | 4          | 4          | 3          | 5          | 4          | 1          | 5          | 3          | 33            |
| <b>2</b>            | 5          | 5          | 5          | 5          | 5          | 3          | 5          | 5          | 5          | 43            |
| <b>3</b>            | 3          | 4          | 5          | 5          | 5          | 4          | 5          | 5          | 5          | 41            |
| <b>4</b>            | 5          | 5          | 5          | 5          | 5          | 3          | 4          | 4          | 5          | 41            |
| <b>5</b>            | 5          | 5          | 5          | 5          | 5          | 4          | 5          | 5          | 5          | 44            |
| <b>6</b>            | 5          | 5          | 5          | 4          | 4          | 3          | 4          | 4          | 5          | 39            |
| <b>7</b>            | 4          | 5          | 5          | 4          | 5          | 3          | 5          | 4          | 5          | 40            |
| <b>8</b>            | 4          | 4          | 4          | 4          | 4          | 3          | 4          | 4          | 4          | 35            |
| <b>9</b>            | 4          | 4          | 4          | 5          | 5          | 4          | 5          | 5          | 4          | 40            |
| <b>10</b>           | 5          | 5          | 5          | 5          | 5          | 5          | 4          | 5          | 5          | 44            |
| <b>11</b>           | 5          | 4          | 5          | 4          | 4          | 4          | 4          | 4          | 5          | 39            |
| <b>12</b>           | 4          | 4          | 4          | 5          | 3          | 4          | 5          | 5          | 4          | 38            |
| <b>13</b>           | 5          | 5          | 4          | 5          | 5          | 5          | 5          | 5          | 5          | 44            |
| <b>14</b>           | 5          | 5          | 5          | 4          | 4          | 4          | 4          | 4          | 5          | 40            |
| <b>15</b>           | 5          | 4          | 5          | 5          | 5          | 5          | 5          | 5          | 3          | 42            |
| <b>16</b>           | 5          | 5          | 5          | 4          | 5          | 5          | 4          | 5          | 5          | 43            |
| <b>17</b>           | 4          | 5          | 4          | 5          | 4          | 5          | 3          | 5          | 3          | 38            |
| <b>18</b>           | 4          | 3          | 5          | 4          | 4          | 4          | 4          | 4          | 4          | 36            |
| <b>19</b>           | 4          | 4          | 5          | 5          | 4          | 4          | 4          | 5          | 5          | 40            |
| <b>20</b>           | 5          | 4          | 4          | 5          | 5          | 4          | 5          | 5          | 4          | 41            |
| <b>21</b>           | 5          | 5          | 5          | 4          | 5          | 5          | 5          | 4          | 4          | 42            |
| <b>22</b>           | 5          | 3          | 3          | 5          | 5          | 4          | 5          | 4          | 5          | 39            |
| <b>23</b>           | 4          | 5          | 4          | 4          | 5          | 4          | 5          | 4          | 5          | 40            |

|           |   |   |   |   |   |   |   |   |   |           |
|-----------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|-----------|
| <b>24</b> | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | <b>39</b> |
| <b>25</b> | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | <b>39</b> |
| <b>26</b> | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | <b>42</b> |
| <b>27</b> | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | <b>37</b> |
| <b>28</b> | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | <b>35</b> |
| <b>29</b> | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | <b>38</b> |
| <b>30</b> | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | <b>39</b> |
| <b>31</b> | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | <b>34</b> |
| <b>32</b> | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | <b>39</b> |
| <b>33</b> | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | <b>37</b> |
| <b>34</b> | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | <b>40</b> |
| <b>35</b> | 4 | 5 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | <b>32</b> |
| <b>36</b> | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | <b>32</b> |
| <b>37</b> | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | <b>41</b> |
| <b>38</b> | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | <b>41</b> |
| <b>39</b> | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | <b>38</b> |
| <b>40</b> | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | <b>36</b> |
| <b>41</b> | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | <b>34</b> |
| <b>42</b> | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | <b>38</b> |
| <b>43</b> | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | <b>38</b> |
| <b>44</b> | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | <b>39</b> |
| <b>45</b> | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | <b>39</b> |
| <b>46</b> | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | <b>40</b> |
| <b>47</b> | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | <b>42</b> |
| <b>48</b> | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | <b>36</b> |
| <b>49</b> | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | <b>39</b> |
| <b>50</b> | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | <b>41</b> |
| <b>51</b> | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | <b>43</b> |
| <b>52</b> | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | <b>38</b> |
| <b>53</b> | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | <b>29</b> |
| <b>54</b> | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | <b>37</b> |
| <b>55</b> | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | <b>41</b> |
| <b>56</b> | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | <b>33</b> |
| <b>57</b> | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | <b>26</b> |
| <b>58</b> | 2 | 2 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | <b>34</b> |
| <b>59</b> | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 | 3 | 3 | 5 | <b>38</b> |
| <b>60</b> | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | <b>39</b> |
| <b>61</b> | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | <b>39</b> |
| <b>62</b> | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | <b>44</b> |
| <b>63</b> | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 5 | <b>37</b> |
| <b>64</b> | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 3 | <b>36</b> |
| <b>65</b> | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | <b>41</b> |

|            |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |
|------------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| <b>66</b>  | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 41 |
| <b>67</b>  | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 38 |
| <b>68</b>  | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 31 |
| <b>69</b>  | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 39 |
| <b>70</b>  | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 43 |
| <b>71</b>  | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 39 |
| <b>72</b>  | 3 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 38 |
| <b>73</b>  | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | 5 | 42 |
| <b>74</b>  | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 33 |
| <b>75</b>  | 3 | 4 | 3 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 38 |
| <b>76</b>  | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 39 |
| <b>77</b>  | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 38 |
| <b>78</b>  | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 38 |
| <b>79</b>  | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 34 |
| <b>80</b>  | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 40 |
| <b>81</b>  | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 40 |
| <b>82</b>  | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 37 |
| <b>83</b>  | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 37 |
| <b>84</b>  | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 2 | 31 |
| <b>85</b>  | 2 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 35 |
| <b>86</b>  | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 5 | 3 | 38 |
| <b>87</b>  | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 44 |
| <b>88</b>  | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 42 |
| <b>89</b>  | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 35 |
| <b>90</b>  | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 37 |
| <b>91</b>  | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 | 39 |
| <b>92</b>  | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 40 |
| <b>93</b>  | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 41 |
| <b>94</b>  | 3 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 2 | 32 |
| <b>95</b>  | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 37 |
| <b>96</b>  | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 37 |
| <b>97</b>  | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 36 |
| <b>98</b>  | 3 | 4 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 32 |
| <b>99</b>  | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 33 |
| <b>100</b> | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 5 | 5 | 4 | 36 |
| <b>101</b> | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 33 |
| <b>102</b> | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 34 |
| <b>103</b> | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 37 |
| <b>104</b> | 5 | 5 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 38 |
| <b>105</b> | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 38 |
| <b>106</b> | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 34 |
| <b>107</b> | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 40 |

|            |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |
|------------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| <b>108</b> | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 38 |
| <b>109</b> | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 39 |
| <b>110</b> | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 33 |
| <b>111</b> | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 33 |
| <b>112</b> | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 36 |
| <b>113</b> | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 34 |
| <b>114</b> | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 3 | 36 |
| <b>115</b> | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 29 |
| <b>116</b> | 3 | 3 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 3 | 34 |
| <b>117</b> | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 43 |
| <b>118</b> | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 40 |
| <b>119</b> | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 35 |
| <b>120</b> | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 37 |
| <b>121</b> | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 40 |
| <b>122</b> | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 39 |
| <b>123</b> | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 40 |
| <b>124</b> | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 41 |
| <b>125</b> | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 36 |
| <b>126</b> | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 35 |
| <b>127</b> | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 38 |
| <b>128</b> | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 35 |
| <b>129</b> | 3 | 3 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 35 |
| <b>130</b> | 5 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 39 |
| <b>131</b> | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 33 |
| <b>132</b> | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 37 |
| <b>133</b> | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 36 |
| <b>134</b> | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 37 |
| <b>135</b> | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 40 |
| <b>136</b> | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 45 |
| <b>137</b> | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 40 |
| <b>138</b> | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 40 |
| <b>139</b> | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 43 |
| <b>140</b> | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 38 |
| <b>141</b> | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 36 |
| <b>142</b> | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 41 |
| <b>143</b> | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 33 |
| <b>144</b> | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 37 |
| <b>145</b> | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 38 |
| <b>146</b> | 3 | 3 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 34 |
| <b>147</b> | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 35 |
| <b>148</b> | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 37 |
| <b>149</b> | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 39 |

|            |   |   |   |   |   |   |   |   |   |           |
|------------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|-----------|
| <b>150</b> | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | <b>35</b> |
| <b>151</b> | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | <b>32</b> |
| <b>152</b> | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | <b>30</b> |
| <b>153</b> | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 | <b>36</b> |
| <b>154</b> | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | <b>38</b> |
| <b>155</b> | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | <b>37</b> |
| <b>156</b> | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | <b>40</b> |
| <b>157</b> | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | <b>36</b> |
| <b>158</b> | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | <b>37</b> |
| <b>159</b> | 5 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | <b>31</b> |
| <b>160</b> | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | <b>30</b> |
| <b>161</b> | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | <b>35</b> |
| <b>162</b> | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | <b>38</b> |
| <b>163</b> | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | <b>36</b> |
| <b>164</b> | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | <b>33</b> |



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA UNIVERSITAS  
ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG  
PASCASARJANA**

Jalan Ir. Soekarno No. 34 Batu 65323, Telepon & Faksimile (0341) 531133  
Website: <http://pasca.uin-malang.ac.id>, Email: [pps@uin-malang.ac.id](mailto:pps@uin-malang.ac.id)

Nomor : B-180/Ps/HM.01/12/2022  
Hal : **Permohonan Ijin Penelitian**

21 November 2022

Kepada  
Yth. **Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan Universitas Brawijaya**

di Tempat

*Assalamu'alaikum Wr.Wb*

Dalam rangka penyelesaian tugas akhir studi, maka dengan ini mohon kepada Bapak/Ibu untuk berkenan memberi ijin kepada mahasiswa di bawah ini melakukan penelitian pada lembaga yang Bapak/Ibu pimpin:

Nama : Muhd Syahrul Akbar  
NIM : 200504220012  
Program Studi : Magister Ekonomi Syariah  
Dosen Pembimbing : 1. Prof. Dr. H. Siswanto, M.Si  
2. Dr. H. Ahmad Djalaluddin, Lc, M.A  
Judul Tesis : Pengaruh Pengetahuan, Promosi, dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Mahasiswa Muslim di Kota Malang Untuk Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia

Demikian permohonan ini disampaikan, atas perkenan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih

*Wassalamu'alaikum Wr.Wb*

Direktur,





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA UNIVERSITAS  
ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG  
PASCASARJANA**

Jalan Ir. Soekarno No. 34 Batu 65323, Telepon & Faksimile (0341) 531133  
Website: <http://pasca.uin-malang.ac.id>, Email: [pps@uin-malang.ac.id](mailto:pps@uin-malang.ac.id)

Nomor : B-180/Ps/HM.01/12/2022  
Hal : **Permohonan Ijin Penelitian**

21 November 2022

Kepada  
Yth. **Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan Universitas Negeri Malang**

di Tempat

*Assalamu'alaikum Wr.Wb*

Dalam rangka penyelesaian tugas akhir studi, maka dengan ini mohon kepada Bapak/Ibu untuk berkenan memberi ijin kepada mahasiswa di bawah ini melakukan penelitian pada lembaga yang Bapak/Ibu pimpin:

Nama : Muhd Syahrul Akbar  
NIM : 200504220012  
Program Studi : Magister Ekonomi Syariah  
Dosen Pembimbing : 1. Prof. Dr. H. Siswanto, M.Si  
2. Dr. H. Ahmad Djalaluddin, Lc, M.A  
Judul Tesis : Pengaruh Pengetahuan, Promosi, dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Mahasiswa Muslim di Kota Malang Untuk Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia

Demikian permohonan ini disampaikan, atas perkenan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih

*Wassalamu'alaikum Wr.Wb*

Direktur,  
  
Wahidmurni





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA UNIVERSITAS  
ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG  
PASCASARJANA**

Jalan Ir. Soekarno No. 34 Batu 65323, Telepon & Faksimile (0341) 531133  
Website: <http://pasca.uin-malang.ac.id>, Email: [pps@uin-malang.ac.id](mailto:pps@uin-malang.ac.id)

Nomor : B-180/Ps/HM.01/12/2022  
Hal : **Permohonan Ijin Penelitian**

21 November 2022

Kepada  
Yth. **Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan Universitas Muhammadiyah Malang**

di Tempat

*Assalamu'alaikum Wr.Wb*

Dalam rangka penyelesaian tugas akhir studi, maka dengan ini mohon kepada Bapak/Ibu untuk berkenan memberi ijin kepada mahasiswa di bawah ini melakukan penelitian pada lembaga yang Bapak/Ibu pimpin:

Nama : Muhd Syahrul Akbar  
NIM : 200504220012  
Program Studi : Magister Ekonomi Syariah  
Dosen Pembimbing : 1. Prof. Dr. H. Siswanto, M.Si  
2. Dr. H. Ahmad Djalaluddin, Lc, M.A  
Judul Tesis : Pengaruh Pengetahuan, Promosi, dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Mahasiswa Muslim di Kota Malang Untuk Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia

Demikian permohonan ini disampaikan, atas perkenan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih

*Wassalamu'alaikum Wr.Wb*

Direktur,  
  
Wahidmurni





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA UNIVERSITAS  
ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG  
PASCASARJANA**

Jalan Ir. Soekarno No. 34 Batu 65323, Telepon & Faksimile (0341) 531133  
Website: <http://pasca.uin-malang.ac.id>, Email: [pps@uin-malang.ac.id](mailto:pps@uin-malang.ac.id)

Nomor : B-180/Ps/HM.01/12/2022  
Hal : **Permohonan Ijin Penelitian**

21 November 2022

Kepada  
Yth. **Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan UNISMA**

di Tempat

*Assalamu'alaikum Wr.Wb*

Dalam rangka penyelesaian tugas akhir studi, maka dengan ini mohon kepada Bapak/Ibu untuk berkenan memberi ijin kepada mahasiswa di bawah ini melakukan penelitian pada lembaga yang Bapak/Ibu pimpin:

Nama : Muhd Syahrul Akbar  
NIM : 200504220012  
Program Studi : Magister Ekonomi Syariah  
Dosen Pembimbing : 1. Prof. Dr. H. Siswanto, M.Si  
2. Dr. H. Ahmad Djalaluddin, Lc, M.A  
Judul Tesis : Pengaruh Pengetahuan, Promosi, dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Mahasiswa Muslim di Kota Malang Untuk Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia

Demikian permohonan ini disampaikan, atas perkenan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih

*Wassalamu'alaikum Wr.Wb*

Direktur,  
  
Wahidmurni



## Lampiran 5 Uji Instrumen

### Nilai Uji Instrumen Variabel Pengetahuan

(IBM SPSS Statistics 26)

#### VALIDITAS

| 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                  | 16.60                      | 4.940                          | .637                             | .761                             |
| X1_2                  | 16.89                      | 4.700                          | .536                             | .796                             |
| X1_3                  | 16.59                      | 4.906                          | .597                             | .772                             |
| X1_4                  | 16.65                      | 4.929                          | .570                             | .780                             |
| X1_5                  | 16.68                      | 4.930                          | .665                             | .754                             |

#### RELIABILITAS

| Reliability Statistics |            |
|------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha       | N of Items |
| .809                   | 5          |

### Nilai Uji Instrumen Variabel Promosi

(IBM SPSS Statistics 26)

#### VALIDITAS

| Item-Total Statistics |                            |                                |                                  |                                  |
|-----------------------|----------------------------|--------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
|                       | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
| X2_1                  | 12.30                      | 3.524                          | .537                             | .787                             |
| X2_2                  | 12.07                      | 3.413                          | .699                             | .714                             |
| X2_3                  | 12.40                      | 3.345                          | .627                             | .744                             |
| X2_4                  | 12.28                      | 3.221                          | .605                             | .756                             |

#### RELIABILITAS

| Reliability Statistics |            |
|------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha       | N of Items |
| .800                   | 4          |

## Nilai Uji Instrumen Variabel Promosi

(IBM SPSS Statistics 26)

### VALIDITAS

| Item-Total Statistics |                            |                                |                                  |                                  |
|-----------------------|----------------------------|--------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
|                       | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
| X3_1                  | 20.74                      | 7.026                          | .592                             | .803                             |
| X3_2                  | 20.66                      | 6.850                          | .626                             | .795                             |
| X3_3                  | 20.84                      | 6.502                          | .633                             | .794                             |
| X4_4                  | 20.68                      | 6.956                          | .621                             | .797                             |
| X3_5                  | 20.66                      | 7.059                          | .570                             | .807                             |
| X3_6                  | 20.89                      | 6.884                          | .554                             | .811                             |

### RELIABILITAS

| Reliability Statistics |            |
|------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha       | N of Items |
| .829                   | 6          |

## Nilai Uji Instrumen Variabel Minat

(IBM SPSS Statistics 26)

### VALIDITAS

| Item-Total Statistics |                            |                                |                                  |                                  |
|-----------------------|----------------------------|--------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
|                       | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
| Y_1                   | 12.60                      | 3.125                          | .549                             | .781                             |
| Y_2                   | 12.58                      | 2.834                          | .663                             | .726                             |
| Y_3                   | 12.58                      | 2.883                          | .637                             | .739                             |
| Y_4                   | 12.64                      | 2.968                          | .607                             | .754                             |

### RELIABILITAS

| Reliability Statistics |            |
|------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha       | N of Items |
| .801                   | 4          |

## Nilai Uji Instrumen Variabel Minat

(IBM SPSS Statistics 26)

### VALIDITAS

| Item-Total Statistics |                            |                                |                                  |                                  |
|-----------------------|----------------------------|--------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
|                       | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
| Z_1                   | 33.26                      | 9.900                          | .371                             | .683                             |
| Z_2                   | 33.32                      | 10.157                         | .299                             | .697                             |
| Z_3                   | 33.35                      | 9.948                          | .409                             | .676                             |
| Z_4                   | 33.31                      | 9.578                          | .487                             | .661                             |
| Z_5                   | 33.30                      | 9.929                          | .383                             | .681                             |
| Z_6                   | 33.50                      | 9.969                          | .361                             | .685                             |
| Z_7                   | 33.37                      | 9.522                          | .456                             | .666                             |
| Z_8                   | 33.32                      | 9.899                          | .374                             | .682                             |
| Z_9                   | 33.47                      | 9.968                          | .296                             | .699                             |

### RELIABILITAS

| Reliability Statistics |            |
|------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha       | N of Items |
| .706                   | 9          |

## Lampiran 6 Deskriptif

### Variabel Pengetahuan (IBM SPSS Statistics 26)

| Statistics             |         |        |        |        |        |        |
|------------------------|---------|--------|--------|--------|--------|--------|
|                        |         | X1_1   | X1_2   | X1_3   | X1_4   | X1_5   |
| N                      | Valid   | 164    | 164    | 164    | 164    | 164    |
|                        | Missing | 0      | 0      | 0      | 0      | 0      |
| Mean                   |         | 4.2500 | 3.9634 | 4.2622 | 4.2073 | 4.1707 |
| Median                 |         | 4.0000 | 4.0000 | 4.0000 | 4.0000 | 4.0000 |
| Std. Deviation         |         | .66807 | .82067 | .70808 | .72192 | .65166 |
| Variance               |         | .446   | .673   | .501   | .521   | .425   |
| Skewness               |         | -.336  | -.269  | -.634  | -.434  | -.320  |
| Std. Error of Skewness |         | .190   | .190   | .190   | .190   | .190   |
| Kurtosis               |         | -.781  | -.732  | -.004  | -.628  | -.109  |
| Std. Error of Kurtosis |         | .377   | .377   | .377   | .377   | .377   |
| Range                  |         | 2.00   | 3.00   | 3.00   | 3.00   | 3.00   |
| Minimum                |         | 3.00   | 2.00   | 2.00   | 2.00   | 2.00   |
| Maximum                |         | 5.00   | 5.00   | 5.00   | 5.00   | 5.00   |
| Percentiles            | 25      | 4.0000 | 3.0000 | 4.0000 | 4.0000 | 4.0000 |
|                        | 50      | 4.0000 | 4.0000 | 4.0000 | 4.0000 | 4.0000 |
|                        | 75      | 5.0000 | 5.0000 | 5.0000 | 5.0000 | 5.0000 |

| X1_1  |       |           |         |               |                    |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
|       |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | 3.00  | 21        | 12.8    | 12.8          | 12.8               |
|       | 4.00  | 81        | 49.4    | 49.4          | 62.2               |
|       | 5.00  | 62        | 37.8    | 37.8          | 100.0              |
|       | Total | 164       | 100.0   | 100.0         |                    |

| X1_2  |       |           |         |               |                    |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
|       |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | 2.00  | 5         | 3.0     | 3.0           | 3.0                |
|       | 3.00  | 43        | 26.2    | 26.2          | 29.3               |
|       | 4.00  | 69        | 42.1    | 42.1          | 71.3               |
|       | 5.00  | 47        | 28.7    | 28.7          | 100.0              |
|       | Total | 164       | 100.0   | 100.0         |                    |

| <b>X1_3</b> |       |           |         |               |                    |
|-------------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
|             |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid       | 2.00  | 2         | 1.2     | 1.2           | 1.2                |
|             | 3.00  | 19        | 11.6    | 11.6          | 12.8               |
|             | 4.00  | 77        | 47.0    | 47.0          | 59.8               |
|             | 5.00  | 66        | 40.2    | 40.2          | 100.0              |
|             | Total | 164       | 100.0   | 100.0         |                    |

| <b>X1_4</b> |       |           |         |               |                    |
|-------------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
|             |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid       | 2.00  | 1         | .6      | .6            | .6                 |
|             | 3.00  | 26        | 15.9    | 15.9          | 16.5               |
|             | 4.00  | 75        | 45.7    | 45.7          | 62.2               |
|             | 5.00  | 62        | 37.8    | 37.8          | 100.0              |
|             | Total | 164       | 100.0   | 100.0         |                    |

| <b>X1_5</b> |       |           |         |               |                    |
|-------------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
|             |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid       | 2.00  | 1         | .6      | .6            | .6                 |
|             | 3.00  | 20        | 12.2    | 12.2          | 12.8               |
|             | 4.00  | 93        | 56.7    | 56.7          | 69.5               |
|             | 5.00  | 50        | 30.5    | 30.5          | 100.0              |
|             | Total | 164       | 100.0   | 100.0         |                    |

**Variabel Promosi**  
**(IBM SPSS Statistics 26)**

| <b>Statistics</b>      |         |        |        |        |        |
|------------------------|---------|--------|--------|--------|--------|
|                        |         | X2_1   | X2_2   | X2_3   | X2_4   |
| N                      | Valid   | 164    | 164    | 164    | 164    |
|                        | Missing | 0      | 0      | 0      | 0      |
| Mean                   |         | 4.0488 | 4.2805 | 3.9512 | 4.0671 |
| Median                 |         | 4.0000 | 4.0000 | 4.0000 | 4.0000 |
| Mode                   |         | 4.00   | 4.00   | 4.00   | 4.00   |
| Std. Deviation         |         | .75782 | .67876 | .74968 | .80741 |
| Variance               |         | .574   | .461   | .562   | .652   |
| Skewness               |         | -.253  | -.890  | -.539  | -.477  |
| Std. Error of Skewness |         | .190   | .190   | .190   | .190   |
| Kurtosis               |         | -.738  | 2.156  | .804   | -.076  |
| Std. Error of Kurtosis |         | .377   | .377   | .377   | .377   |
| Minimum                |         | 2.00   | 1.00   | 1.00   | 1.00   |
| Maximum                |         | 5.00   | 5.00   | 5.00   | 5.00   |
| Percentiles            | 25      | 4.0000 | 4.0000 | 4.0000 | 3.2500 |
|                        | 50      | 4.0000 | 4.0000 | 4.0000 | 4.0000 |
|                        | 75      | 5.0000 | 5.0000 | 4.0000 | 5.0000 |

| <b>X2_1</b> |       |           |         |               |                    |
|-------------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
|             |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid       | 2.00  | 2         | 1.2     | 1.2           | 1.2                |
|             | 3.00  | 37        | 22.6    | 22.6          | 23.8               |
|             | 4.00  | 76        | 46.3    | 46.3          | 70.1               |
|             | 5.00  | 49        | 29.9    | 29.9          | 100.0              |
|             | Total | 164       | 100.0   | 100.0         |                    |

| <b>X2_2</b> |       |           |         |               |                    |
|-------------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
|             |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid       | 1.00  | 1         | .6      | .6            | .6                 |
|             | 3.00  | 15        | 9.1     | 9.1           | 9.8                |
|             | 4.00  | 84        | 51.2    | 51.2          | 61.0               |
|             | 5.00  | 64        | 39.0    | 39.0          | 100.0              |
|             | Total | 164       | 100.0   | 100.0         |                    |

| <b>X2_3</b> |       |           |         |               |                    |
|-------------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
|             |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid       | 1.00  | 1         | .6      | .6            | .6                 |
|             | 2.00  | 3         | 1.8     | 1.8           | 2.4                |
|             | 3.00  | 35        | 21.3    | 21.3          | 23.8               |
|             | 4.00  | 89        | 54.3    | 54.3          | 78.0               |
|             | 5.00  | 36        | 22.0    | 22.0          | 100.0              |
|             | Total | 164       | 100.0   | 100.0         |                    |

| <b>X2_4</b> |       |           |         |               |                    |
|-------------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
|             |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid       | 1.00  | 1         | .6      | .6            | .6                 |
|             | 2.00  | 1         | .6      | .6            | 1.2                |
|             | 3.00  | 39        | 23.8    | 23.8          | 25.0               |
|             | 4.00  | 68        | 41.5    | 41.5          | 66.5               |
|             | 5.00  | 55        | 33.5    | 33.5          | 100.0              |
|             | Total | 164       | 100.0   | 100.0         |                    |

**Variabel Lingkungan Sosial**  
**(IBM SPSS Statistics 26)**

| Statistics             |         |        |        |        |        |        |        |
|------------------------|---------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
|                        |         | X3_1   | X3_2   | X3_3   | X3_4   | X3_5   | X3_6   |
| N                      | Valid   | 164    | 164    | 164    | 164    | 164    | 164    |
|                        | Missing | 0      | 0      | 0      | 0      | 0      | 0      |
| Mean                   |         | 4.1524 | 4.2317 | 4.0549 | 4.2195 | 4.2317 | 4.0061 |
| Median                 |         | 4.0000 | 4.0000 | 4.0000 | 4.0000 | 4.0000 | 4.0000 |
| Std. Deviation         |         | .67008 | .68818 | .76946 | .66507 | .67921 | .73890 |
| Variance               |         | .449   | .474   | .592   | .442   | .461   | .546   |
| Skewness               |         | -.311  | -.452  | -.340  | -.279  | -.442  | -.379  |
| Std. Error of Skewness |         | .190   | .190   | .190   | .190   | .190   | .190   |
| Kurtosis               |         | -.281  | -.371  | -.573  | -.766  | -.305  | .394   |
| Std. Error of Kurtosis |         | .377   | .377   | .377   | .377   | .377   | .377   |
| Minimum                |         | 2.00   | 2.00   | 2.00   | 3.00   | 2.00   | 1.00   |
| Maximum                |         | 5.00   | 5.00   | 5.00   | 5.00   | 5.00   | 5.00   |
| Percentiles            | 25      | 4.0000 | 4.0000 | 4.0000 | 4.0000 | 4.0000 | 4.0000 |
|                        | 50      | 4.0000 | 4.0000 | 4.0000 | 4.0000 | 4.0000 | 4.0000 |
|                        | 75      | 5.0000 | 5.0000 | 5.0000 | 5.0000 | 5.0000 | 5.0000 |

| X3_1  |       |           |         |               |                    |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
|       |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | 2.00  | 1         | .6      | .6            | .6                 |
|       | 3.00  | 23        | 14.0    | 14.0          | 14.6               |
|       | 4.00  | 90        | 54.9    | 54.9          | 69.5               |
|       | 5.00  | 50        | 30.5    | 30.5          | 100.0              |
|       | Total | 164       | 100.0   | 100.0         |                    |

| X3_2  |       |           |         |               |                    |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
|       |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | 2.00  | 1         | .6      | .6            | .6                 |
|       | 3.00  | 21        | 12.8    | 12.8          | 13.4               |
|       | 4.00  | 81        | 49.4    | 49.4          | 62.8               |
|       | 5.00  | 61        | 37.2    | 37.2          | 100.0              |
|       | Total | 164       | 100.0   | 100.0         |                    |

| X3_3  |       |           |         |               |                    |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
|       |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | 2.00  | 3         | 1.8     | 1.8           | 1.8                |
|       | 3.00  | 35        | 21.3    | 21.3          | 23.2               |
|       | 4.00  | 76        | 46.3    | 46.3          | 69.5               |
|       | 5.00  | 50        | 30.5    | 30.5          | 100.0              |
|       | Total | 164       | 100.0   | 100.0         |                    |

| X3_4  |       |           |         |               |                    |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
|       |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | 3.00  | 22        | 13.4    | 13.4          | 13.4               |
|       | 4.00  | 84        | 51.2    | 51.2          | 64.6               |
|       | 5.00  | 58        | 35.4    | 35.4          | 100.0              |
|       | Total | 164       | 100.0   | 100.0         |                    |

| X3_5  |       |           |         |               |                    |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
|       |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | 2.00  | 1         | .6      | .6            | .6                 |
|       | 3.00  | 20        | 12.2    | 12.2          | 12.8               |
|       | 4.00  | 83        | 50.6    | 50.6          | 63.4               |
|       | 5.00  | 60        | 36.6    | 36.6          | 100.0              |
|       | Total | 164       | 100.0   | 100.0         |                    |

| X3_6  |       |           |         |               |                    |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
|       |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | 1.00  | 1         | .6      | .6            | .6                 |
|       | 3.00  | 38        | 23.2    | 23.2          | 23.8               |
|       | 4.00  | 83        | 50.6    | 50.6          | 74.4               |
|       | 5.00  | 42        | 25.6    | 25.6          | 100.0              |
|       | Total | 164       | 100.0   | 100.0         |                    |

**Variabel Minat**  
**(IBM SPSS Statistics 26)**

| Statistics             |         |        |        |        |        |
|------------------------|---------|--------|--------|--------|--------|
|                        |         | Y_1    | Y_2    | Y_3    | Y_4    |
| N                      | Valid   | 164    | 164    | 164    | 164    |
|                        | Missing | 0      | 0      | 0      | 0      |
| Mean                   |         | 4.2012 | 4.2195 | 4.2195 | 4.1585 |
| Median                 |         | 4.0000 | 4.0000 | 4.0000 | 4.0000 |
| Std. Deviation         |         | .68444 | .70969 | .70969 | .70004 |
| Variance               |         | .468   | .504   | .504   | .490   |
| Skewness               |         | -.280  | -.553  | -.553  | -.229  |
| Std. Error of Skewness |         | .190   | .190   | .190   | .190   |
| Kurtosis               |         | -.858  | -.100  | -.100  | -.939  |
| Std. Error of Kurtosis |         | .377   | .377   | .377   | .377   |
| Range                  |         | 2.00   | 3.00   | 3.00   | 2.00   |
| Minimum                |         | 3.00   | 2.00   | 2.00   | 3.00   |
| Maximum                |         | 5.00   | 5.00   | 5.00   | 5.00   |
| Percentiles            | 25      | 4.0000 | 4.0000 | 4.0000 | 4.0000 |
|                        | 50      | 4.0000 | 4.0000 | 4.0000 | 4.0000 |
|                        | 75      | 5.0000 | 5.0000 | 5.0000 | 5.0000 |

| Y_1   |       |           |         |               |                    |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
|       |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | 3.00  | 25        | 15.2    | 15.2          | 15.2               |
|       | 4.00  | 81        | 49.4    | 49.4          | 64.6               |
|       | 5.00  | 58        | 35.4    | 35.4          | 100.0              |
|       | Total | 164       | 100.0   | 100.0         |                    |

| Y_2   |       |           |         |               |                    |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
|       |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | 2.00  | 2         | 1.2     | 1.2           | 1.2                |
|       | 3.00  | 21        | 12.8    | 12.8          | 14.0               |
|       | 4.00  | 80        | 48.8    | 48.8          | 62.8               |
|       | 5.00  | 61        | 37.2    | 37.2          | 100.0              |
|       | Total | 164       | 100.0   | 100.0         |                    |

| Y_3   |       |           |         |               |                    |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
|       |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | 2.00  | 2         | 1.2     | 1.2           | 1.2                |
|       | 3.00  | 21        | 12.8    | 12.8          | 14.0               |
|       | 4.00  | 80        | 48.8    | 48.8          | 62.8               |
|       | 5.00  | 61        | 37.2    | 37.2          | 100.0              |
|       | Total | 164       | 100.0   | 100.0         |                    |

| Y_4   |       |           |         |               |                    |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
|       |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | 3.00  | 29        | 17.7    | 17.7          | 17.7               |
|       | 4.00  | 80        | 48.8    | 48.8          | 66.5               |
|       | 5.00  | 55        | 33.5    | 33.5          | 100.0              |
|       | Total | 164       | 100.0   | 100.0         |                    |

**Variabel Religiusitas**  
**(IBM SPSS Statistics 26)**

|                        |         | Z_1    | Z_2    | Z_3    | Z_4    | Z_5    | Z_6    | Z_7    | Z_8    | Z_9    |
|------------------------|---------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| N                      | Valid   | 164    | 164    | 164    | 164    | 164    | 164    | 164    | 164    | 164    |
|                        | Missing | 0      | 0      | 0      | 0      | 0      | 0      | 0      | 0      | 0      |
| Mean                   |         | 4.2622 | 4.2073 | 4.1707 | 4.2134 | 4.2256 | 4.0244 | 4.1585 | 4.2073 | 4.0549 |
| Median                 |         | 4.0000 | 4.0000 | 4.0000 | 4.0000 | 4.0000 | 4.0000 | 4.0000 | 4.0000 | 4.0000 |
| Std. Deviation         |         | .70808 | .72192 | .65166 | .67165 | .68576 | .70014 | .71735 | .70472 | .78524 |
| Variance               |         | .501   | .521   | .425   | .451   | .470   | .490   | .515   | .497   | .617   |
| Skewness               |         | -.634  | -.434  | -.320  | -.280  | -.438  | -.033  | -.649  | -.529  | -.405  |
| Std. Error of Skewness |         | .190   | .190   | .190   | .190   | .190   | .190   | .190   | .190   | .190   |
| Kurtosis               |         | -.004  | -.628  | -.109  | -.797  | -.359  | -.940  | 1.071  | -.074  | -.476  |
| Std. Error of Kurtosis |         | .377   | .377   | .377   | .377   | .377   | .377   | .377   | .377   | .377   |
| Range                  |         | 3.00   | 3.00   | 3.00   | 2.00   | 3.00   | 2.00   | 4.00   | 3.00   | 3.00   |
| Minimum                |         | 2.00   | 2.00   | 2.00   | 3.00   | 2.00   | 3.00   | 1.00   | 2.00   | 2.00   |
| Maximum                |         | 5.00   | 5.00   | 5.00   | 5.00   | 5.00   | 5.00   | 5.00   | 5.00   | 5.00   |
| Percentiles            | 25      | 4.0000 | 4.0000 | 4.0000 | 4.0000 | 4.0000 | 4.0000 | 4.0000 | 4.0000 | 4.0000 |
|                        | 50      | 4.0000 | 4.0000 | 4.0000 | 4.0000 | 4.0000 | 4.0000 | 4.0000 | 4.0000 | 4.0000 |
|                        | 75      | 5.0000 | 5.0000 | 5.0000 | 5.0000 | 5.0000 | 5.0000 | 5.0000 | 5.0000 | 5.0000 |

| Z_1   |       |           |         |               |                    |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
|       |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | 2.00  | 2         | 1.2     | 1.2           | 1.2                |
|       | 3.00  | 19        | 11.6    | 11.6          | 12.8               |
|       | 4.00  | 77        | 47.0    | 47.0          | 59.8               |
|       | 5.00  | 66        | 40.2    | 40.2          | 100.0              |
|       | Total | 164       | 100.0   | 100.0         |                    |

| Z_2   |       |           |         |               |                    |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
|       |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | 2.00  | 1         | .6      | .6            | .6                 |
|       | 3.00  | 26        | 15.9    | 15.9          | 16.5               |
|       | 4.00  | 75        | 45.7    | 45.7          | 62.2               |
|       | 5.00  | 62        | 37.8    | 37.8          | 100.0              |
|       | Total | 164       | 100.0   | 100.0         |                    |

| Z_3   |       |           |         |               |                    |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
|       |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | 2.00  | 1         | .6      | .6            | .6                 |
|       | 3.00  | 20        | 12.2    | 12.2          | 12.8               |
|       | 4.00  | 93        | 56.7    | 56.7          | 69.5               |
|       | 5.00  | 50        | 30.5    | 30.5          | 100.0              |
|       | Total | 164       | 100.0   | 100.0         |                    |

| <b>Z_4</b> |       |           |         |               |                    |
|------------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
|            |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid      | 3.00  | 23        | 14.0    | 14.0          | 14.0               |
|            | 4.00  | 83        | 50.6    | 50.6          | 64.6               |
|            | 5.00  | 58        | 35.4    | 35.4          | 100.0              |
|            | Total | 164       | 100.0   | 100.0         |                    |

| <b>Z_5</b> |       |           |         |               |                    |
|------------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
|            |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid      | 2.00  | 1         | .6      | .6            | .6                 |
|            | 3.00  | 21        | 12.8    | 12.8          | 13.4               |
|            | 4.00  | 82        | 50.0    | 50.0          | 63.4               |
|            | 5.00  | 60        | 36.6    | 36.6          | 100.0              |
|            | Total | 164       | 100.0   | 100.0         |                    |

| <b>Z_6</b> |       |           |         |               |                    |
|------------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
|            |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid      | 3.00  | 38        | 23.2    | 23.2          | 23.2               |
|            | 4.00  | 84        | 51.2    | 51.2          | 74.4               |
|            | 5.00  | 42        | 25.6    | 25.6          | 100.0              |
|            | Total | 164       | 100.0   | 100.0         |                    |

| <b>Z_7</b> |       |           |         |               |                    |
|------------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
|            |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid      | 1.00  | 1         | .6      | .6            | .6                 |
|            | 3.00  | 25        | 15.2    | 15.2          | 15.9               |
|            | 4.00  | 84        | 51.2    | 51.2          | 67.1               |
|            | 5.00  | 54        | 32.9    | 32.9          | 100.0              |
|            | Total | 164       | 100.0   | 100.0         |                    |

| <b>Z_8</b> |       |           |         |               |                    |
|------------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
|            |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid      | 2.00  | 2         | 1.2     | 1.2           | 1.2                |
|            | 3.00  | 21        | 12.8    | 12.8          | 14.0               |
|            | 4.00  | 82        | 50.0    | 50.0          | 64.0               |
|            | 5.00  | 59        | 36.0    | 36.0          | 100.0              |
|            | Total | 164       | 100.0   | 100.0         |                    |

| Z_9   |       |           |         |               |                    |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
|       |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | 2.00  | 4         | 2.4     | 2.4           | 2.4                |
|       | 3.00  | 34        | 20.7    | 20.7          | 23.2               |
|       | 4.00  | 75        | 45.7    | 45.7          | 68.9               |
|       | 5.00  | 51        | 31.1    | 31.1          | 100.0              |
|       | Total | 164       | 100.0   | 100.0         |                    |

## Lampiran 7 Uji Asumsi Klasik

| Variables Entered/Removed <sup>a</sup> |   |                   |        |
|--|---|-------------------|--------|
| Model                                  | Variables Entered   | Variables Removed | Method |
| 1                                      | Religiusitas, Promosi, Lingkungan, Pengetahuan <sup>b</sup> | .                 | Enter  |
| a. Dependent Variable: Minat           |   |                   |        |
| b. All requested variables entered.    |   |                   |        |

| Model Summary <sup>b</sup>  |                   |          |                   |                            |
|---|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model   | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1   | .796 <sup>a</sup> | .634     | .624              | 1.35958                    |
| a. Predictors: (Constant), Religiusitas, Promosi, Lingkungan, Pengetahuan |                   |          |                   |                            |
| b. Dependent Variable: Minat  |                   |          |                   |                            |

| ANOVA <sup>a</sup>  |            |                |     |             |        |                   |
|---|------------|----------------|-----|-------------|--------|-------------------|
| Model   |            | Sum of Squares | df  | Mean Square | F      | Sig.              |
| 1   | Regression | 508.457        | 4   | 127.114     | 68.768 | .000 <sup>b</sup> |
|   | Residual   | 293.903        | 159 | 1.848       |        |                   |
|   | Total      | 802.360        | 163 |             |        |                   |
| a. Dependent Variable: Minat  |            |                |     |             |        |                   |
| b. Predictors: (Constant), Religiusitas, Promosi, Lingkungan, Pengetahuan |            |                |     |             |        |                   |

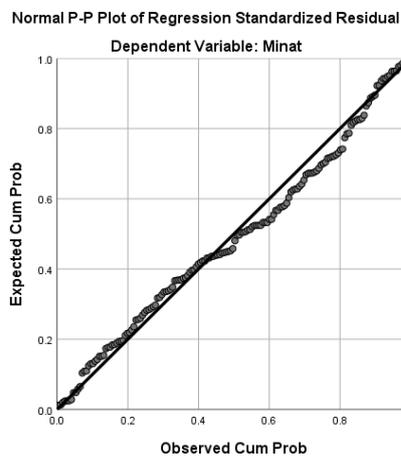
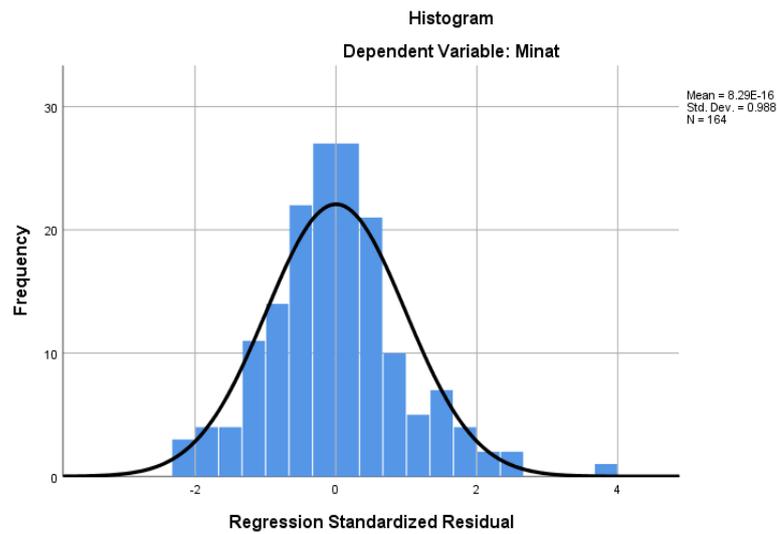
| Collinearity Diagnostics <sup>a</sup> |           |            |                 |                      |             |         |            |              |
|---------------------------------------|-----------|------------|-----------------|----------------------|-------------|---------|------------|--------------|
| Model                                 | Dimension | Eigenvalue | Condition Index | Variance Proportions |             |         |            |              |
|                                       |           |            |                 | (Constant)           | Pengetahuan | Promosi | Lingkungan | Religiusitas |
| 1                                     | 1         | 4.974      | 1.000           | .00                  | .00         | .00     | .00        | .00          |
|                                       | 2         | .013       | 19.490          | .24                  | .02         | .17     | .03        | .07          |
|                                       | 3         | .005       | 30.381          | .31                  | .41         | .19     | .05        | .16          |
|                                       | 4         | .004       | 35.230          | .01                  | .00         | .59     | .86        | .03          |
|                                       | 5         | .003       | 40.223          | .45                  | .56         | .05     | .06        | .74          |
| a. Dependent Variable: Minat          |           |            |                 |                      |             |         |            |              |

| <b>Residuals Statistics<sup>a</sup></b> |          |         |         |                |     |
|---|----------|---------|---------|----------------|-----|
|   | Minimum  | Maximum | Mean    | Std. Deviation | N   |
| Predicted Value                         | 10.5763  | 19.9770 | 16.7988 | 1.76617        | 164 |
| Std. Predicted Value                    | -3.523   | 1.799   | .000    | 1.000          | 164 |
| Standard Error of Predicted Value       | .114     | .563    | .227    | .071           | 164 |
| Adjusted Predicted Value                | 10.6957  | 19.9761 | 16.7965 | 1.76472        | 164 |
| Residual                                | -3.06192 | 5.19347 | .00000  | 1.34279        | 164 |
| Std. Residual                           | -2.252   | 3.820   | .000    | .988           | 164 |
| Stud. Residual                          | -2.299   | 3.949   | .001    | 1.006          | 164 |
| Deleted Residual                        | -3.19175 | 5.55151 | .00224  | 1.39271        | 164 |
| Stud. Deleted Residual                  | -2.331   | 4.146   | .002    | 1.016          | 164 |
| Mahal. Distance                         | .150     | 26.997  | 3.976   | 3.439          | 164 |
| Cook's Distance                         | .000     | .215    | .008    | .020           | 164 |
| Centered Leverage Value                 | .001     | .166    | .024    | .021           | 164 |

a. Dependent Variable: Minat

**Nilai Uji Normalitas**  
(IBM SPSS Statistics 26)

| <b>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</b> |                |                         |
|---|----------------|-------------------------|
|   |                | Unstandardized Residual |
| N   |                | 164                     |
| Normal Parameters <sup>a,b</sup>          | Mean           | .0000000                |
|   | Std. Deviation | 1.34279044              |
| Most Extreme Differences                  | Absolute       | .068                    |
|   | Positive       | .068                    |
|   | Negative       | -.036                   |
| Test Statistic                            |                | .068                    |
| Asymp. Sig. (2-tailed)                    |                | .063 <sup>c</sup>       |
| a. Test distribution is Normal.           |                |                         |
| b. Calculated from data.                  |                |                         |
| c. Lilliefors Significance Correction.    |                |                         |



**Nilai Uji Multikolinieritas**  
**(IBM SPSS Statistics 26)**

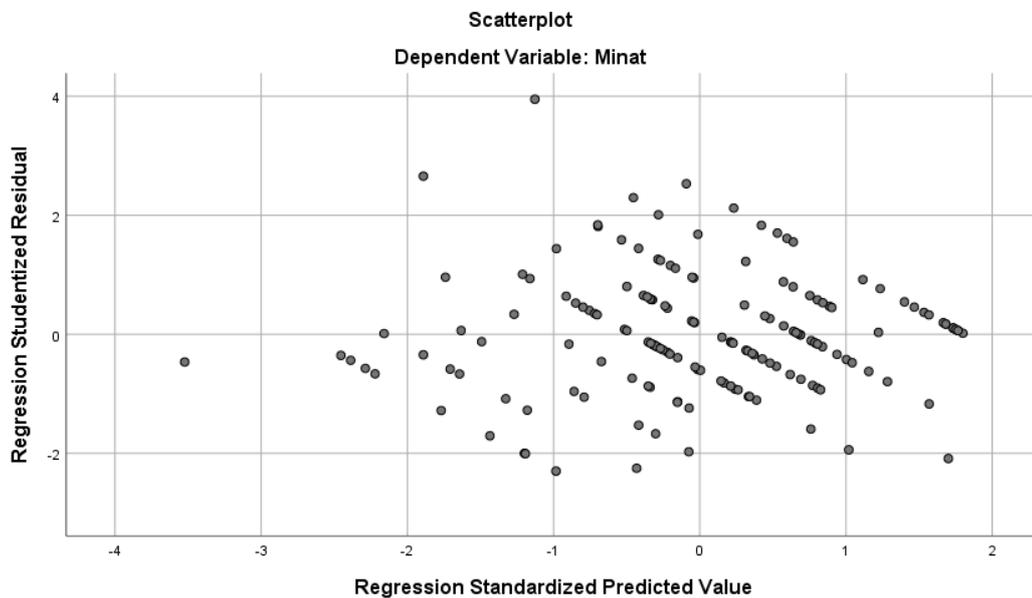
| <b>Coefficients<sup>a</sup></b> |              |                             |            |                           |       |      |                         |       |
|---------------------------------|--------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|-------------------------|-------|
| Model                           |              | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. | Collinearity Statistics |       |
|                                 |              | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      | Tolerance               | VIF   |
| 1                               | (Constant)   | 1.266                       | 1.207      |                           | 1.049 | .296 |                         |       |
|                                 | Pengetahuan  | .201                        | .069       | .244                      | 2.896 | .004 | .324                    | 3.089 |
|                                 | Promosi      | .088                        | .076       | .094                      | 1.155 | .250 | .351                    | 2.848 |
|                                 | Lingkungan   | .354                        | .058       | .493                      | 6.115 | .000 | .354                    | 2.824 |
|                                 | Religiusitas | .030                        | .039       | .046                      | .755  | .451 | .614                    | 1.629 |

a. Dependent Variable: Minat

**Nilai Uji Heterokedastisitas**  
**(IBM SPSS Statistics 26)**

| <b>Coefficients<sup>a</sup></b> |              |                             |            |                           |        |      |
|---------------------------------|--------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
| Model                           |              | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t      | Sig. |
|                                 |              | B                           | Std. Error | Beta                      |        |      |
| 1                               | (Constant)   | 2.614                       | .778       |                           | 3.359  | .001 |
|                                 | Pengetahuan  | .007                        | .045       | .021                      | .153   | .879 |
|                                 | Promosi      | -.009                       | .049       | -.025                     | -.194  | .846 |
|                                 | Lingkungan   | -.063                       | .037       | -.220                     | -1.691 | .093 |
|                                 | Religiusitas | -.001                       | .025       | -.003                     | -.030  | .976 |

a. Dependent Variable: abs



## Lampiran 8 Uji Hipotesis

### Uji Partial T

(IBM SPSS Statistics 26)

| Variables Entered/Removed <sup>a</sup> |                         |                   |        |
|--|-------------------------|-------------------|--------|
| Model                                  | Variables Entered       | Variables Removed | Method |
| 1                                      | X3, X1, X2 <sup>b</sup> | .                 | Enter  |
| a. Dependent Variable: Y               |                         |                   |        |
| b. All requested variables entered.    |                         |                   |        |

| Model Summary                         |                   |          |                   |                            |
|---------------------------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model                                 | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1                                     | .795 <sup>a</sup> | .632     | .625              | 1.35775                    |
| a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2 |                   |          |                   |                            |

| ANOVA <sup>a</sup>                    |            |                |     |             |        |                   |
|---------------------------------------|------------|----------------|-----|-------------|--------|-------------------|
| Model                                 |            | Sum of Squares | df  | Mean Square | F      | Sig.              |
| 1                                     | Regression | 507.402        | 3   | 169.134     | 91.747 | .000 <sup>b</sup> |
|                                       | Residual   | 294.957        | 160 | 1.843       |        |                   |
|                                       | Total      | 802.360        | 163 |             |        |                   |
| a. Dependent Variable: Y              |            |                |     |             |        |                   |
| b. Predictors: (Constant), X3, X1, X2 |            |                |     |             |        |                   |

| Coefficients <sup>a</sup> |            |                             |            |                           |       |      |
|---------------------------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| Model                     |            | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. |
|                           |            | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      |
| 1                         | (Constant) | 1.865                       | .909       |                           | 2.051 | .042 |
|                           | X1         | .223                        | .063       | .271                      | 3.543 | .001 |
|                           | X2         | .085                        | .076       | .091                      | 1.128 | .261 |
|                           | X3         | .357                        | .058       | .498                      | 6.207 | .000 |
| a. Dependent Variable: Y  |            |                             |            |                           |       |      |

**Uji Moderate Regression Analysis (MRA)**  
**(IBM SPSS Statistics 26)**

| <b>Variables Entered/Removed<sup>a</sup></b> |   |                   |        |
|--|---|-------------------|--------|
| Model  | Variables Entered   | Variables Removed | Method |
| 1  | Moderasi3, Promosi, Pengetahuan, Lingkungan Sosial, Moderasi2, Moderasi1 <sup>b</sup> | .                 | Enter  |
| a. Dependent Variable: Minat                 |   |                   |        |
| b. All requested variables entered.          |   |                   |        |

| <b>Model Summary</b>  |                   |          |                   |                            |
|---|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model   | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1   | .810 <sup>a</sup> | .655     | .642              | 1.32698                    |
| a. Predictors: (Constant), Moderasi3, Promosi, Pengetahuan, Lingkungan Sosial, Moderasi2, Moderasi1 |                   |          |                   |                            |

| <b>ANOVA<sup>a</sup></b>  |            |                |     |             |        |                   |
|---|------------|----------------|-----|-------------|--------|-------------------|
| Model   |            | Sum of Squares | df  | Mean Square | F      | Sig.              |
| 1   | Regression | 525.903        | 6   | 87.651      | 49.777 | .000 <sup>b</sup> |
|   | Residual   | 276.456        | 157 | 1.761       |        |                   |
|   | Total      | 802.360        | 163 |             |        |                   |
| a. Dependent Variable: Minat  |            |                |     |             |        |                   |
| b. Predictors: (Constant), Moderasi3, Promosi, Pengetahuan, Lingkungan Sosial, Moderasi2, Moderasi1 |            |                |     |             |        |                   |

| <b>Coefficients<sup>a</sup></b> |                                  |                             |            |                           |        |      |
|---------------------------------|----------------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
| Model                           |                                  | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t      | Sig. |
|                                 |                                  | B                           | Std. Error | Beta                      |        |      |
| 1                               | (Constant)                       | 2.313                       | 1.089      |                           | 2.124  | .035 |
|                                 | Pengetahuan                      | -1.748                      | .617       | -2.125                    | -2.831 | .005 |
|                                 | Promosi                          | .795                        | .732       | .850                      | 1.086  | .279 |
|                                 | Lingkungan Sosial                | 1.481                       | .631       | 2.066                     | 2.346  | .020 |
|                                 | Pengetahuan * Religiusitas       | .053                        | .017       | 3.704                     | 3.194  | .002 |
|                                 | Promosi * Religiusitas           | -.020                       | .020       | -1.102                    | -.996  | .321 |
|                                 | Lingkungan Sosial * Religiusitas | -.030                       | .017       | -2.375                    | -1.793 | .075 |
| a. Dependent Variable: Minat    |                                  |                             |            |                           |        |      |