

SKRIPSI

Pengaruh pengetahuan dan sosialisasi perbankan syariah terhadap minat santri menggunakan produk bank syariah (studi pada santri pondok pesantren Ar-raudhatun nabawiyah)



Disusun Oleh:

DARNIL MUQADDAS

NIM. 190603380

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2023 M / 1444 H**

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertandatangan dibawah ini

Nama : Darnil Muqaddas
NIM : 190603380
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan skripsi ini, saya:

- 1. Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggungjawabkan.***
- 2. Tidak melakukan plagiasi terhadap naskah karya orang lain.***
- 3. Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin pemilik karya.***
- 4. Tidak melakukan manipulasi dan pemalsuan data.***
- 5. Mengerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggungjawab atas karya ini.***

Bila di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggungjawabkan dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap untuk dicabut gelar akademik saya atau diberikan sanksi lain berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 15 Maret 2023

Yang Menyatakan



Darnil Muqaddas

PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

**Pengaruh Pengetahuan dan Sosialisasi Perbankan Syariah Terhadap Minat
Santri Menggunakan Produk Bank Syariah
(Studi Pada Santri Pondok Pesantren Ar-Raudhatun Nabawiyah)**

Disusun Oleh:

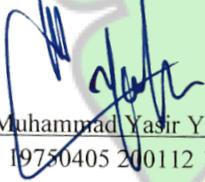
Darnil Muqaddas

NIM:190603380

Disetujui untuk disidangkan dan dinyatakan bahwa isi dan formatnya telah memenuhi syarat penyelesaian studi pada Program Studi Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh

Pembimbing I

Pembimbing II


Dr. Muhammad Yasir Yusuf, S.Ag., MA

NIP. 19750405 200112 1 003


Muksal, M.E.I

NIP. 19900902 202012 1 008

Mengetahui,
Ketua Prodi,



Dr. Nevi Hasnita, S.Ag., M.Ag

NIP. 19771105 200604 2 003

PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

**Pengaruh Pengetahuan Dan Sosialisasi Perbankan Syariah Terhadap Minat Santri Menggunakan Produk Bank Syariah
(Studi Pada Santri Pondok Pesantren Ar-Raudhatun Nabawiyah)**

Darnil Muqaddas

Nim: 190603380

Telah Disidangkan oleh Dewan Penguji Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh
dan Dinyatakan Lulus serta Diterima Sebagai Salah Satu Syarat untuk
Menyelesaikan Program Studi Strata Satu (S-1) dalam Bidang Ekonomi Syariah

Pada Hari/Tanggal: Rabu, 15 Maret 2023 M
22 Sya'ban 1444 H

Banda Aceh
Dewan Penguji Sidang Skripsi

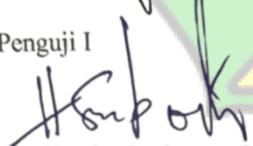
Ketua


Dr. Muhaminad Wasir Yusuf, MA
NIP. 19750405 200112 1 003

Sekretaris


Muksal, M.E.I
NIP. 19900902 202012 1 008

Penguji I

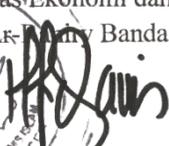

Dr. Hendra Syahputra, M.M
NIP. 19761024 200901 1 005

Penguji II


Intan Qurratulaini, S.Ag., M..S.I
NIP. 19761217 200912 2 001

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Ar-Raniry Banda Aceh,



Dr. Hafas Furqani, M.Ec
NIP. 19800625 200901 1 009



**FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH
MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Darnil Muqaddas
NIM : 190603380
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah
E-mail : Darnilmuqaddas@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh, Hak Bebas Royalti Non- Eksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right) atas karya ilmiah:

Tugas Akhir KKU Skripsi

yang berjudul: **Pengaruh Pengetahuan Dan Sosialisasi Perbankan Syariah Terhadap Minat Santri Menggunakan Produk Bank Syariah (Studi Pada Santri Pondok Pesantren Ar-Raudhatun Nabawiyah).**

Beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh berhak menyimpan, mengalih-media formatkan, mengelola, mendiseminasikan, dan mempublikasikannya di internet atau media lain.

Secara *fulltext* untuk kepentingan akademik tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis, pencipta dan atau penerbit karya ilmiah tersebut.

UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh akan terbebas dari segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di: Banda Aceh

Pada tanggal: 30 Maret 2023

Penulis Mengetahui Pembimbing II
Pembimbing I

Darnil Muqaddas

Dr. Muhammad Yasir Yusuf, S.Ag., MA

Muksal, M.E.I

NIP.19750405 200112 1 003 NIP.19900902 202012 1 008

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah robbil'alamin.

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah *subhanahu wa ta'ala*, dzat yang maha agung yang hanya kepada-Nyalah tempat memohon pertolongan. Syukur alhamdulillah atas segala pertolongan, rahmat dan kasih sayang-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Pengetahuan dan Sosialisasi Perbankan Syariah Terhadap Minat Santri Menggunakan Produk Bank Syariah (Studi Pada Santri Pondok Pesantren Ar-Raudhatun Nabawiyah)”. Shalawat dan salam tidak lupa penulis sanjungkan kepada Rasulullah *shalallahu alaihi wa sallam* yang senantiasa menjadi sumber inspirasi dan teladan terbaik untuk umat manusia. Tidak lupa juga yang sangat istimewa ucapan terimakasih penulis kepada Ayahanda dan Ibunda tercinta yang senantiasa memberikan semangat dan dukungan secara penuh dalam penulisan skripsi ini.

Dalam upaya penyelesaian skripsi ini, penulis banyak mendapat bantuan dari berbagai pihak serta tidak mengurangi banyak rasa terimakasih atas bantuan semua pihak, maka secara khusus penulis mengucapkan banyak terimakasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat:

1. Dr. Hafas Furqani, M.Ec selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.
2. Dr. Nevi Hasnita, M.Ag selaku ketua Program Studi Perbankan Syariah dan Inayatillah, MA, Ek selaku sekretaris Program Studi Perbankan Syariah.
3. Hafiizh Maulana, S.P., S.H.I., M.E. Selaku ketua laboratorium, serta staf laboratorium Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.
4. Dr. Muhammad Yasir Yusuf, S.Ag., M.A. selaku Pembimbing Akademik sekaligus pembimbing I dan Muksal, M.E.I. selaku pambimbing II yang dengan kerendahan hatinya bersedia meluangkan waktu untuk memberikan pengarahannya, ilmu serta bimbingan yang sangat berarti selama proses penyelesaian skripsi ini.
5. Dr. Hendra Syahputra, M.M selaku penguji I dan Intan Quratulaini, S.Ag, M.S.I selaku penguji II yang telah memberikan saran dan masukan sehingga skripsi ini dapat menjadi lebih baik.
6. Seluruh jajaran dosen dan para staf fakultas ekonomi dan bisnis islam, terkhusus kepada Dosen program studi perbankan syariah yang telah memberikan ilmu yang sangat berharga dan mudah-mudahan bermanfaat khusus bagi diri penulis dan umumnya untuk orang banyak. Dan juga

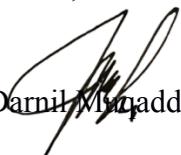
seluruh jajaran karyawan dan staf Fakultas maupun universitas yang telah bersedia melayani secara administratif dengan baik dan membantu penulis selama perkuliahan.

7. Kepada pimpinan pesantren Ar-Raudhatun Nabawiyah Abuya Teungku Haji Mustafa Habli, Lc, dan kepada teungku Armiya beserta para santriwan/i yang telah bersedia membantu mengisi kuesioner.
8. Teristimewa kepada Ayahanda tercinta Muhammad Syukur Hidayat, dan Ibunda Salmiyah, serta segenap keluarga besar tercinta yang telah memberikan semangat, motivasi dan kasih sayang yang tak terhingga kepada penulis.
9. Teman-teman seperjuangan M. Ridwan, Rahmad Mulia, serta teman-teman leting 2018 yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan dukungan dalam penyelesaian skripsi ini.

Mudah-mudahan atas partisipasi dan motivasi yang sudah diberikan menjadi amal kebaikan dan mendapat pahala yang setimpal di sisi Allah swt.

Amin Ya Rabbal 'Alamin

Banda Aceh, 15 Maret 2023
Penulis,



Darnil M. S. Daddas

TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K

Nomor: 158 Tahun 1987 – Nomor: 0543 b/u/1987

1. Konsonan

No	Arab	Latin	No	Arab	Latin
1	ا	Tidak dilambangkan	16	ط	Ṭ
2	ب	B	17	ظ	Ẓ
3	ت	T	18	ع	‘
4	ث	Ṣ	19	غ	G
5	ج	J	20	ف	F
6	ح	H	21	ق	Q
7	خ	Kh	22	ك	K
8	د	D	23	ل	L
9	ذ	Ẓ	24	م	M
10	ر	R	25	ن	N
11	ز	Z	26	و	W
12	س	S	27	ه	H
13	ش	Sy	28	ء	’
14	ص	Ṣ	29	ي	Y
15	ض	Ḍ			

2. Vokal

Vokal Bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin
َ	Fathah	A
ِ	Kasrah	I
ُ	Dammah	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf
يَ	Fat ḥ ah dan ya	Ai
وَ	Fat ḥ ah dan wau	Au

Contoh:

Kaif : كيف

hau : هول

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda
اَ/آ	<i>Fathah</i> dan <i>alif</i> atau <i>ya</i>	Ā
اِ	<i>Kasrah</i> dan <i>ya</i>	Ī
اُ	<i>Dammah</i> dan <i>wau</i>	Ū

Contoh:

qāla : قَالَ

ramā : رَمَى

qāila : قِيلَ

Yaqūlu : يَقُولُ

4. Ta Marbutah (ة)

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua. a.

Ta *marbutah* (ة) hidup

Ta *marbutah* (ة) yang hidup atau mendapat harkat *fathah*, *kasrah* dan *dammah*, transliterasinya adalah t.

b. Ta *marbutah* (ة) mati

Ta *marbutah* (ة) yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah h .

- c. Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta *marbutah* (ة) diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta *marbutah* (ة) itu ditransliterasikan dengan h .

Contoh:

raudah al-atfāl/ raudatul atfāl : رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ

al-Madīnah al-Munawwarah/
al-Madīnatul Munawwarah : الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ

Talhah : تَالْحَاحُ

Catatan:

Modifikasi

1. Nama orang berkebangsaan Indonesia ditulis seperti biasa tanpa transliterasi, seperti M. Syuhudi Ismail, sedangkan nama-nama lainnya ditulis sesuai kaidah penerjemahan. Contoh: Hamad Ibn Sulaiman.
2. Nama negara dan kota ditulis menurut ejaan Bahasa Indonesia, seperti Mesir, bukan Misr; Beirut, bukan Bayrut; dan sebagainya.
3. Kata-kata yang sudah dipakai (serapan) dalam kamus Bahasa Indonesia tidak ditransliterasi. Contoh: Tasauf, bukan Tasawuf.

ABSTRAK

Nama : Darnil Muqaddas
NIM : 190603380
Fakultan/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah
Judul : Pengaruh Pengetahuan Dan Sosialisasi
Menggunakan : Perbankan Syariah Terhadap Minat Santri
Produk Bank Syariah (Studi
Pada Santri Pondok Pesantren Ar-Raudhatun
Nabawiyah)
Pembimbing I : Dr. Muhammad Yasir Yusuf, S.Ag., M.Ag
Pembimbing II : Muksal, M.E.I

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pengetahuan santri akan bank syariah, dengan tingkat pengetahuan dan sosialisasi yang mereka terima masih terdapat keraguan terhadap bank syariah dikalangan santri akan kesesuaian akad syariah yang dijalankan oleh bank syariah. Penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh pengetahuan dan sosialisasi perbankan syariah terhadap minat santri menggunakan produk bank syariah studi pada santri pondok pesantren Ar-Raudhatun Nabawiyah. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif, dengan data primer yang diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada 81 responden sebagai sampel, peneliti melakukan pengujian statistik menggunakan model regresi linier berganda dan uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat santri menggunakan produk bank syariah dengan nilai uji t sebesar $0,003 < 0,05$. Sosialisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat santri menggunakan produk bank syariah dengan nilai uji t sebesar $0,007 < 0,05$. Pengetahuan dan sosialisasi secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat santri menggunakan produk bank syariah dibuktikan dengan uji F sebesar $0,000 < 0,05$, dengan tingkat koefisien determinasi R^2 sebesar 27,4%. Diharapkan kepada praktisi perbankan syariah agar dapat melakukan sosialisasi ke pondok pesantren Ar-Raudhatun Nabawiyah agar bisa menambah pengetahuan santri tentang perbankan syariah agar tidak menimbulkan persepsi yang keliru mengenai sistem operasional bank syariah

Kata kunci: akad, pengetahuan, sosialisasi, minat santri

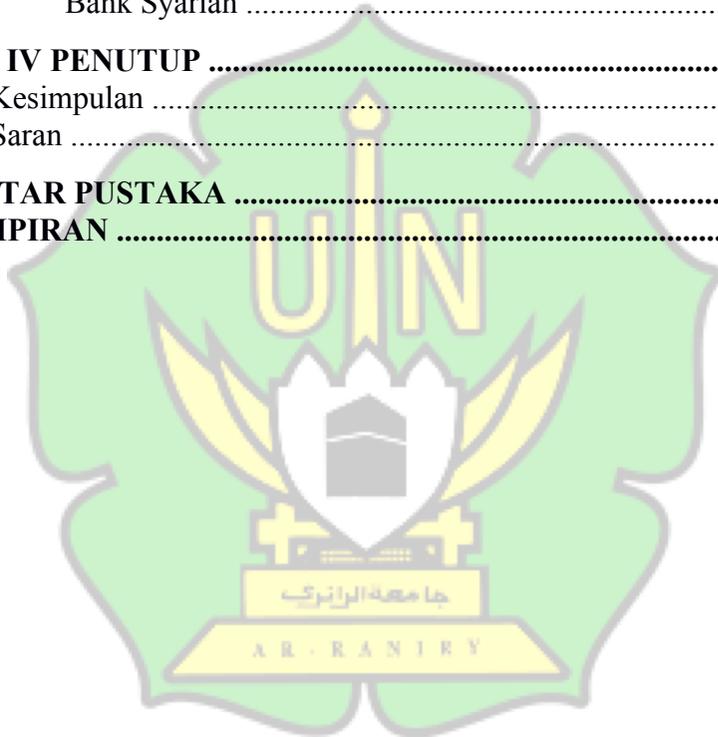
DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPEL KEASLIAN.....	i
HALAMAN JUDUL KEASLIAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN.....	iii
PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI....	iv
PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI.....	v
PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
HALAMAN TRANSLITERASI.....	x
ABSTRAK.....	xiv
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR TABEL.....	xix
DAFTAR GAMBAR.....	xx
DAFTAR LAMPIRAN.....	xxi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3. Tujuan Penelitian.....	6
1.4. Kegunaan Hasil Penelitian	6
1.5. Sistematika Pembahasan.....	8
BAB II LANDASAN TEORI	9
2.1.. Pengetahuan	9
2.1.1..Pengertian Pengetahuan	9
2.1.2..Faktor Yang Mempengaruhi Pengetahuan	10
2.1.3..Indikator Pengetahuan Produk Perbankan	12
2.2.. Sosialisasi	13
2.2.1..Pengertian Sosialisasi	13
2.2.2..Tujuan Sosialisasi	14
2.2.3..Fungsi Sosialisasi	15
2.2.4..Indikator Sosialisasi	15
2.3.. Minat Santri	16
2.3.1..Pengertian Santri	16
2.3.2..Pengertian Pesantren	17

2.3.3. Pengertian Minat	18
2.3.4. Unsur Minat	19
2.3.5. Macam-Macam Minat	20
2.3.6. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Timbulnya Minat	21
2.3.7. Indikator Minat Produk Bank Syariah	22
2.4. Konsep Dasar Bank Syariah	24
2.4.1. Pengertian Bank Syariah	24
2.4.2. Tujuan Bank Syariah	25
2.4.3. Produk Bank Syariah	26
2.5. Keterkaitan Antara Variabel	28
2.5.1. Keterkaitan Variabel Pengetahuan Terhadap Minat Menggunakan Produk Perbankan Syariah	28
2.5.2. Keterkaitan Variabel Sosialisasi Terhadap Minat Menggunakan Produk Perbankan Syariah Hasil Penelitian Terkait	29
2.5.3. Keterkaitan Variabel Pengetahuan dan Sosialisasi Terhadap Minat Menggunakan Produk Bank Syariah	31
2.6. Hasil Penelitian Terkait	32
2.7. Kerangka Pemikiran	38
2.8. Hipotesis	39
BAB III METODE PENELITIAN	40
3.1. Jenis dan Pendekatan Penelitian	40
3.2. Populasi, Sampel Dan Teknik Pengambilan Sampel	40
3.2.1. Populasi Penelitian	40
3.2.2. Sampel Penelitian	41
3.2.3. Teknik Pengambilan Sampel	42
3.3. Metode Pengumpulan Data	43
3.3.1. Sumber Data	43
3.3.2. Teknik Pengumpulan Data	44
3.4. Skala Pengukuran	44
3.5. Uji Validitas Dan Uji Reliabilitas	45
3.5.1. Uji Validitas	45
3.5.2. Uji Reliabilitas	46
3.6. Definisi Dan Operasionalisasi Variabel	46

3.6.1..Variabel Dependen	46
3.6.2..Variabel Independen	46
3.6.3..Operasionalisasi Variabel	47
3.7.. Uji Asumsi Klasik	48
3.7.1..Uji Normalitas	48
3.7.2..Uji Multikolinieritas	49
3.7.3..Uji Heteroskedastisitas	50
3.8.. Teknik Analisis Data	50
3.8.1..Regresi Linier Berganda	51
3.9.. Uji Hipotesis	51
3.9.1..Uji t (Uji Korelasi Parsial)	52
3.9.2..Uji F (Uji Korelasi Simultan).....	53
3.9.3..Uji R2 (Koefesien Determinasi)	53
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	55
4.1.. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	55
4.1.1..Sejarah Singkat Berdirinya Pesantren Ar-Raudhatun Nabawiyah	55
4.1.2.. Visi dan Misi	56
4.2.. Karakteristik Responden	57
4.2.1.. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58
4.2.2.. Responden Berdasarkan Umur	58
4.2.3.. Responden Berdasarkan Alamat Asal	59
4.3.. Hasil Jawaban Responden	61
4.3.1.. Variabel Pengetahuan	61
4.3.2.. Variabel Sosialisasi	63
4.3.3.. Variabel Minat Santri	64
4.4.. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	66
4.4.1..Uji Validitas	66
4.4.2..Uji Reliabilitas	67
4.5.. Hasil Uji Asumsi Klasik	68
4.5.1..Uji Normalitas	68
4.5.2..Multikolinieritas	70
4.5.3..Uji Heteroskedastisitas	70
4.6.. Analisis Regresi Linier Berganda	72
4.6.1..Uji Parsial (uji t)	73
4.6.2..Uji Simultan (uji F)	74

4.6.3..Uji Koefisien Determinasi (uji R ²)	75
4.7.. Pembahasan	76
4.7.1..Pengaruh Variabel Pengetahuan Terhadap Minat Santri Menggunakan Produk Bank Syariah	76
4.7.2..Pengaruh Variabel Sosialisasi Terhadap Minat San- tri Menggunakan Produk Bank Syariah	78
4.7.3..Pengaruh Variabel Pengetahuan dan Variabel Sosi- alisasi Terhadap Minat Santri Menggunakan Produk Bank Syariah	80
BAB IV PENUTUP	82
5.1.. Kesimpulan	82
5.2.. Saran	83
DAFTAR PUSTAKA	85
LAMPIRAN	92



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Statistik Perbankan Syariah Per September 2023	2
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terkait	35
Tabel 3.1 Skala <i>Likert</i>	45
Tabel 3.2 Variabel Penelitian	47
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	58
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Asal	59
Tabel 4.4 Hasil Jawaban Responden Variabel Pengetahuan	61
Tabel 4.5 Hasil Jawaban Responden Variabel Sosialisasi	63
Tabel 4.6 Hasil Jawaban Responden Variabel Minat santri	64
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas	66
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas	68
Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas Teknik Kolmogorof Smirnov..	69
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinieritas	70
Tabel 4.11 Hasil Uji Heteroskedastisitas Teknik Glejser	72
Tabel 4.12 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	72
Tabel 4.13 Hasil Uji Parsial (Uji t)	74
Tabel 4.14 Hasil Uji Simultan (Uji F)	75
Tabel 4.15 Hasil Uji Koefisien Determinasi (Uji R ²)	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	38
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas Teknik Grafik P-Plot	69
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas Teknik Scarterplots.	71



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian	92
Lampiran 2: Jawaban Kuesioner	98
Lampiran 3: Karakteristik Responden	103
Lampiran 4: Output Hasil Jawaban Responden	105
Lampiran 5: Output SPSS Uji Validitas	114
Lampiran 6: Output SPSS Uji Reliabilitas	119
Lampiran 7: Output SPSS Uji Asumsi Klasik	120
Lampiran 8: Output SPSS Analisis Data	122
Lampiran 9: r tabel	124
Lampiran 10: Surat Pernyataan Telah Melakukan Penelitian ..	125
Lampiran 11: Riwayat Hidup	126



BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Lembaga keuangan syariah yang khususnya perbankan syariah mengalami pertumbuhan yang pesat baik di Indonesia maupun di luar negeri. Karena mayoritas penduduk Indonesia berada di kelas menengah ke bawah, sektor keuangan menjadi salah satu aspek yang paling menonjol dari pertumbuhan ekonomi saat ini. Selain itu mayoritas penduduk Indonesia beragama Islam, semakin berkembang pola pikir masyarakat untuk beralih ke bank syariah, hal inilah yang memicu laju ekspansi lembaga keuangan, khususnya perbankan syariah (Wahyuningtyas & Sajayawati, 2022).

Keberadaan perbankan syariah di tanah air telah mendapatkan pijakan kokoh setelah lahirnya Undang-undang Nomor 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah yang dengan tegas mengakui keberadaan dan berfungsinya bank bagi hasil atau bank islam sekaligus mengatur tentang tata cara dan persyaratan operasionalnya. Dengan demikian, bank ini adalah bank yang beroperasi dengan prinsip bagi hasil. Bagi hasil adalah prinsip *muamalah* berdasarkan syariah dalam melakukan kegiatan usaha bank (Wilardjo, 2005).

Bank syariah didirikan sebagai upayakan kaum muslimin untuk mendasari segenap aspek kehidupan ekonomi yang berlandaskan pada Al-Quran dan hadits. Menurut Juhaya (2013)

bank syariah lahir diprakarsai oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI), pemerintah serta dukungan dari Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI) dan beberapa pengusaha muslim. Menurut Muhith (2012) bank syariah di indonesia terus mengalami pertumbuhan dari tahun ketahun, walaupun dibandingkan negara-negara muslim lainnya bank syariah di indonesia perkembangannya relatif terlambat.

Tabel 1.1
Statistik Perbankan Syariah Per September 2022

Unit	Jumlah Bank				Total Aset (Miliaran Rupiah)			
	2019	2020	2021	2022	2019	2020	2021	2022
BUS	14	14	12	13	350.364	397.073	441.789	494.947
UUS	20	20	21	20	174.200	196.875	234.947	235.984
BPRS	164	163	164	167	13.934	14.943	17.059	18.965
Total	198	197	197	200	538.498	608.891	693.795	749.896

Sumber: www.ojk.co.id Data diolah (2023)

Berdasarkan tabel 1.1 terlihat bahwa aset perbankan syariah mengalami pertumbuhan yang konsisten dari tahun ketahun Menurut Halim (2015) percepatan pertumbuhan perbankan syariah jauh lebih tinggi dibandingkan perbankan nasional, yaitu sebesar 4,0 persen. Jika tren pertumbuhan ini berlanjut, persentase perbankan syariah diperkirakan akan mencapai 15-20 persen dalam sepuluh tahun ke depan.

Secara umum, santri pada pondok pesantren sebagian besar berasal dari berbagai daerah. Di pondok pesantren mereka mempelajari tentang agama, salah satu yang mereka pelajari sedikit

banyak adalah tentang ekonomi Islam, seperti bagaimana cara bertransaksi yang benar menurut Islam, syarat-syarat jual beli, dan lain sebagainya.

Oleh karena itu santri pondok pesantren sedikit banyak pasti pernah mendengar mengenai bank syariah, ataupun pernah bertransaksi dengan menggunakan jasa perbankan karena mereka jauh dari kedua orangtua (Fauzy, Purwadi & Hakim, 2019).

Aceh merupakan salah satu daerah yang mayoritas penduduknya menganut agama Islam. Belakangan ini pemerintah Aceh telah mengeluarkan Qanun Aceh Nomor 11 Tahun 2018 tentang lembaga keuangan syariah. Aceh ingin mengubah sistem perekonomian konvensional yang mengandung riba dan bertentangan dengan syariat Islam menjadi perekonomian yang sesuai dengan syariat Islam. Bentuk realisasi kebijakan yang diwujudkan oleh pemerintah Aceh adalah dengan menetapkan seluruh bank dan lembaga keuangan yang ada di Aceh harus berbasis syariah.

Kendati demikian dengan terdapat dasar hukum dan peranan dari pemerintah terhadap perbankan syariah masih ada yang masih ragu akan prinsip bank syariah. Berdasarkan observasi awal yang telah peneliti lakukan dengan salah satu santri pondok pesantren Ar-Raudhatun Nabawiyah di kecamatan mesjid baro kabupaten Aceh Barat, mereka masih beranggapan sistem perbankan syariah tidak ada bedanya dengan sistem konvensional. Selanjutnya peneliti mencoba untuk melakukan diskusi dengan

santri tersebut tentang perbedaan bank syariah dengan bank konvensional berdasarkan *akad* dan prinsip operasionalnya. Setelah berdiskusi dengan santri tersebut, ia kemudian bisa menerima tentang prinsip syariah yang peneliti jelaskan dan kemudian santri tersebut memiliki pandangan yang berbeda dengan apa yang sebelumnya ia sampaikan tentang bank syariah.

Slameto (2003) dalam bukunya berpendapat bahwa minat bukan bawaan dari lahir akan tetapi diperoleh dari hasil proses belajar dan perkembangannya, itu artinya minat dapat ditumbuhkan dan dikembangkan. Menurut Ramadhanti (2021) ada beberapa faktor yang mempengaruhi minat menggunakan produk bank syariah diantaranya: faktor dari dalam individu, faktor perasaan, faktor lingkungan, dan faktor pengetahuan. Pada penelitian ini penulis mengambil faktor pengetahuan dengan menambah satu variabel lagi yaitu sosialisasi karena sosialisasi, berkaitan erat dengan pengetahuan seperti yang dijelaskan oleh Zulchayra, Azharsyah & Fitria (2020) sosialisasi sangat berkaitan erat dengan pengetahuan, dimana proses sosialisasi menimbulkan pengetahuan, sehingga menimbulkan minat terhadap sesuatu.

Dengan demikian menjadi ketertarikan peneliti untuk melakukan penelitian lebih lanjut tentang bagaimana pengetahuan dan sosialisasi tentang perbankan syariah mempengaruhi minat santri menggunakan produk bank syariah. Penelitian ini akan mengambil sampel pada pondok pesantren Ar-Raudhatun Nabawiyah, karena menurut peneliti pondok pesantren Ar-Raudhatun Nabawiyah

mempunya nilai tambah jika dibandingkan dengan pondok pesantren lain disekitar, alasan lain peneliti mengambil pondok pesantren Ar-Raudhatun Nabawiyah sebagai tempat penelitian adalah disekitaran pesantren terdapat bank syariah yaitu Bank Aceh Syariah dan Bank Syariah Indonesia (BSI), dan juga karena peneliti berasal dari daerah tersebut dan cukup mengetahui kondisi masyarakat dan pesantren tersebut.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Fauzy, Purwadi dan Hakim (2019) pada pesantren Al-Ittihad Mojokerto menunjukkan bahwa pengetahuan santri berpengaruh positif terhadap minat menabung di bank syariah. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Hidayatinaa (2018) pada Pt. Bank Aceh Syariah Cabang Lhokseumawe menunjukkan sosialisasi perbankan syariah memiliki pengaruh sebesar 45,1% terhadap minat menabung nasabah.

Berdasarkan latar belakang tersebut menjadi ketertarikan penulis untuk meneliti mengenai “Pengaruh Pengetahuan dan Sosialisasi Perbankan Syariah Terhadap Minat Santri Menggunakan Produk Bank Syariah (Studi Pada Santri Pondok Pesantren Ar-Raudhatun Nabawiyah)”.

1.2 Rumusan masalah

Berdasarkan dari latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka permasalahan yang akan diteliti dalam penelitian ini sebagai berikut.

1. Apakah pengetahuan tentang perbankan syariah berpengaruh terhadap minat santri menggunakan produk bank syariah?.
2. Apakah sosialisasi tentang perbankan syariah berpengaruh terhadap minat santri menggunakan produk bank syariah?.
3. Apakah pengetahuan dan sosialisasi tentang perbankan syariah berpengaruh secara simultan terhadap minat santri menggunakan produk bank syariah?.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan tentang perbankan syariah terhadap minat santri menggunakan produk bank syariah.
2. Untuk mengetahui pengaruh sosialisasi perbankan syariah terhadap minat santri menggunakan produk bank syariah.
3. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan dan sosialisasi tentang perbankan syariah secara simultan terhadap minat santri menggunakan produk bank syariah.

1.4 Kegunaan Hasil Penelitian

Temuan dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan beberapa manfaat terutama dalam bidang perbankan. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi ke beberapa pihak berikut:

1.4.1 Manfaat Teoritis (Akademis)

1. Diharapkan hasil penelitian ini dapat berguna sebagai referensi untuk pengembangan ilmu pengetahuan.
2. Sebagai tambahan wawasan dan pengetahuan peneliti tentang pengaruh pengetahuan dan sosialisasi perbankan syariah dalam minat santri menggunakan produk bank syariah.

1.4.2 Manfaat Praktis (Operasional)

1. Penelitian ini dapat digunakan sebagai sumber bagi para peneliti, penulis dan pihak lain yang bersangkutan maupun bagi lembaga-lembaga yang berkecimpung dalam dunia ekonomi dan bisnis islam.
2. Untuk pondok pesantren, hasil dari penelitian ini dapat memberikan banyak pengetahuan bagi santri dan guru tentang perbankan syariah.

1.4.3 Manfaat Kebijakan

Hasil temuan penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu landasan pengambilan kebijakan terkait dengan diseminasi pengetahuan tentang perbankan syariah kepada masyarakat luas, khususnya di bidang perbankan.

1.5 Sistematika Pembahasan

Susunan sistematika pembahasan dalam penulisan tentang pengaruh pengetahuan dan sosialisasi tentang perbankan syariah terhadap minat menggunakan produk bank syariah (studi pada santri pondok pesantren Ar-raudhatun nabawiyah) maka penulis uraikan sebagai berikut.

Bab I Pendahuluan: Bab ini meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan.

Bab II Landasan teori: Bab ini merupakan landasan teori dan pengembangan hipotesis yang berisi tentang kajian terhadap beberapa teori dan referensi yang menjadi landasan dalam mendukung studi penelitian ini, diantaranya adalah teori tentang pengetahuan, teori sosialisasi, teori santri, teori tentang pesantren, dan teori tentang perbankan syariah,

Bab III Metode penelitian: Bab ini berisi tentang pendekatan penelitian, data dan teknik pemerolehannya, data primer, populasi dan sampel penelitian, teknik pengumpulan data, variabel penelitian, definisi operasional variabel, dan metode analisis data.

Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan: Bab ini berisikan berupa tentang gambaran objek penelitian dan membahas hasil penelitian yang diperoleh.

Bab V Penutup: Pada bab ini berisikan tentang kesimpulan dan saran dari peneliti.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Pengetahuan

2.1.1 Pengertian Pengetahuan

Menurut kamus besar bahasa indonesia (KBBI) pengetahuan merupakan segala sesuatu yang diketahui berkenaan dengan proses pembelajaran. Pengetahuan merupakan khasanah kekayaan mental yang secara langsung maupun tidak langsung bisa memperkaya kehidupan kita dan bertujuan untuk menjawab permasalahan kehidupan sehari-hari (Suriasumantri, 2006).

Pengetahuan muncul ketika seseorang menggunakan akal pikirannya untuk mengenali benda atau kejadian tertentu yang belum pernah dilihat dan dirasakan sebelumnya. Manusia pada hakikatnya merupakan makhluk yang berfikir, merasa, bersikap, bertindak, sikap dan tindakannya bersumber pada pengetahuan yang di dapat melalui kegiatan merasa dan berfikir (Sumantri, 2015).

Pengetahuan berbeda halnya dengan ilmu pengetahuan sebab ilmu pengetahuan ialah suatu pengetahuan yang diambil dalam bentuk keterangan (analisis). Contoh dengan membaca berita di media sosial, kita menjadi tahu tentang adanya suatu kejadian tertentu dalam suatu berita. Oleh sebab itu adanya

pengetahuan dapat membuat kita dari sebelumnya tidak mengerti menjadi mengerti (Nurdin, 2004).

Dengan demikian, pengetahuan merupakan segala sesuatu yang diketahui dan diperoleh melalui panca indra manusia terhadap suatu objek tertentu. Pengetahuan pada dasarnya merupakan hasil dari proses melihat, mendengar, merasakan, dan berpikir menjadi dasar manusia dan bersikap serta bertindak.

2.1.2 Faktor Yang Mempengaruhi Pengetahuan

Pengetahuan menurut Budiman (2013) dipengaruhi oleh beberapa faktor:

1. Pendidikan

Tujuan pendidikan adalah membentuk kepribadian dan kemampuan seseorang untuk hidup, baik di dalam sekolah maupun hidup dalam bermasyarakat. Proses belajar dipengaruhi oleh tingkat pendidikan, semakin tinggi pendidikan seseorang maka semakin mudah menyerap informasi.

2. Informasi atau media massa

Informasi yang diperoleh baik dari pendidikan formal maupun nonformal dapat memberikan pengaruh jangka pendek (*immediate impact*) sehingga menghasilkan perubahan atau peningkatan pengetahuan. Berkembangnya teknologi akan menyediakan bermacam-macam media massa yang dapat

mempengaruhi pengetahuan masyarakat tentang inovasi baru.

3. Sosial, budaya dan ekonomi

Kebiasaan dan tradisi yang dilakukan orang-orang tanpa melalui penalaran apakah yang dilakukan baik atau buruk. Dengan demikian, seseorang akan bertambah pengetahuannya walaupun tidak melakukan. Status ekonomi seseorang juga akan menentukan tersedianya suatu fasilitas yang diperlukan untuk kegiatan tertentu sehingga status sosial ekonomi ini akan mempengaruhi pengetahuan seseorang.

4. Lingkungan

Lingkungan adalah segala sesuatu yang ada di sekitar individu, baik lingkungan fisik, biologis, maupun sosial. Lingkungan berpengaruh terhadap proses masuknya pengetahuan ke dalam individu yang berada dalam lingkungan tersebut. Hal ini terjadi karena adanya interaksi timbal balik ataupun tidak, yang akan direspons sebagai pengetahuan oleh setiap individu.

5. Pengalaman

Pengalaman sebagai sumber pengetahuan adalah suatu cara untuk memperoleh kebenaran pengetahuan dengan cara mengulang kembali

pengetahuan yang diperoleh dalam memecahkan masalah yang dihadapi masa lalu.

6. Usia

Usia mempengaruhi daya tangkap dan pola pikir seseorang. Semakin bertambah usia akan semakin berkembang pula daya tangkap dan pola pikirnya sehingga pengetahuan yang diperolehnya semakin membaik.

2.1.3 Indikator pengetahuan produk perbankan

Menurut Philip (2000) membagi pengetahuan menjadi 4 jenis pengetahuan produk yaitu:

1. Pengetahuan tentang karakteristik atau atribut produk

Seorang konsumen/nasabah akan melihat suatu produk berdasarkan kepada karakteristik atau ciri atau atribut produk tersebut. Bagi seorang nasabah bila ia ingin menginvestasikan uangnya baik dalam bentuk deposito maupun tabungan maka nasabah harus mengetahui jenis investasi, lama investasi, nisbah, bonus dan sebagainya.

2. Pengetahuan tentang manfaat produk

Jenis Pengetahuan produk yang kedua adalah tentang manfaat produk. Nasabah menabung atau menginvestasikan dananya di bank syariah, karena ia

telah mengetahui manfaatnya seperti terhindar dari riba dan terhindar dari perbuatan zalim.

3. Pengetahuan tentang kepuasan suatu produk

Akan memberikan kepuasan kepada konsumen jika produk tersebut telah digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen. Agar produk tersebut bisa memberikan kepuasan yang maksimal dan kepuasan yang tinggi kepada konsumen, maka konsumen harus bisa menggunakan atau mengkonsumsi produk tersebut dengan benar.

4. Pengetahuan tentang konsep dasar bank syariah

Sekumpulan gagasan atau ide yang sempurna dan bermakna berupa abstrak, entitas mental yang universal dimana mereka bisa diterapkan secara merata untuk setiap ekstensinya sehingga konsep membawa suatu arti yang mewakili sejumlah objek yang mempunyai ciri yang sama dan membentuk suatu kesatuan pengertian tentang suatu hal atau persoalan yang dirumuskan.

2.2 Sosialisasi

2.2.1 Pengertian Sosialisasi

Menurut Hanurawan (2015), sosialisasi adalah proses yang berjalan sepanjang hidup sosial manusia itu sendiri, mulai masa kanak-kanak sampai masa lanjut usia. Dalam

perkembangan kebudayaan, sosialisasi berfungsi sebagai sarana internalisasi secara dinamis nilai-nilai kebudayaan suatu masyarakat dari generasi lebih tua kepada generasi yang lebih muda.

Gunawan (2012) berpendapat bahwa sosialisasi merupakan suatu proses penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberi tahu atau mengubah sikap, pendapat, perilaku baik langsung maupun tidak langsung.

Dari beberapa pendapat para ahli dapat disimpulkan bahwa sosialisasi dalam hal ini merupakan kegiatan yang dilakukan oleh perbankan syariah dan dibantu oleh ormas masyarakat dan para ulama dalam mengkomunikasikan mengenai perbankan syariah, seperti apa sebenarnya bank syariah, keunggulannya, perbedaannya dengan bank konvensional, kegiatan operasionalnya, serta produk-produk yang ada dalam perbankan syariah dan sebagainya, sehingga masyarakat mengerti dan memahami apa yang ada dalam bank syariah.

2.2.2 Tujuan Sosialisasi

Menurut Agustin (2014), tujuan sosialisasi antara lain:

1. Memberi keterampilan dan pengetahuan yang dibutuhkan untuk melangsungkan kehidupan seseorang kelak di tengah-tengah masyarakat.

2. Menambah kemampuan berkomunikasi secara efektif dan efisien serta mengembangkan kemampuan membaca, menulis, dan bercerita.
3. Membantu pengendalian fungsi-fungsi organik melalui latihan mawas diri yang tepat.
4. Membiasakan individu dengan nilai-nilai kepercayaan yang ada di masyarakat.

2.2.3 Fungsi Sosialisasi

Menurut Ibeng (dikutip dalam Sarmini, Titik, Agustina & Marta, 2022), fungsi sosialisasi dibagi dua macam yaitu dari segi kepentingan individu dan dari segi kepentingan masyarakat.

1. Dari segi kepentingan individu sosialisasi berfungsi supaya seorang individu dapat mengenal, mengakui serta menyesuaikan dirinya dengan nilai, norma dan struktur sosial yang terdapat dalam masyarakat.
2. Dari segi kepentingan masyarakat sosialisasi berfungsi sebagai alat dalam pelestarian, penyebarluasan serta mewarisi nilai, norma, maupun kepercayaan yang terdapat didalam masyarakat. Menurut Gunawan (2012), fungsi sosialisasi yaitu untuk menginformasikan, mendidik, menghibur, dan mempengaruhi.

2.2.4 Indikator Sosialisasi

Menurut Subadi (2008) indikator sosialisasi terdiri dari:

1. Meningkatnya status yang seringkali diikuti dengan meningkatnya kepercayaan dan peranan sosial di lingkungan yang baru.
2. Terintegrasi secara kuat dengan masyarakat setempat dalam setiap aktifitas yang ditandai dengan keakraban dan persaudaraan diantara individu tersebut dengan masyarakat lain.
3. Dapat menyesuaikan diri dengan lingkungan sosial maupun lingkungan fisiknya.

2.3 Minat Santri

2.3.1 Pengertian Santri

Kata santri menurut Gibb (dikutip dalam Dhofier, 2011), berasal dari istilah *shastri* yang diambil dari kata bahasa India yang bermakna orang-orang yang mengetahui kitab-kitab suci agama Hindu atau seseorang sarjana ahli kitab-kitab suci Hindu. Sementara Geertz (dikutip dalam Pausin, 2010), mengartikan kata sansekerta *shastri* dengan makna ilmuwan hindu yang pandai menulis, yang telah diadaptasikan menjadi kata santri dan dapat digambarkan dalam makna yang sempit maupun makna luas.

Dalam arti yang sempit santri bermakna seorang pelajar sekolah agama yang bermukim di suatu tempat yang disebut pondok atau pesantren. Sedang dalam arti luas dan lebih umum kata santri mengacu pada identitas seseorang sebagai bagian

dari varian komunitas penduduk Jawa yang menganut Islam secara konsekuen, yang sembahyang dan pergi ke masjid jika hari Jum'at dan sebagainya (Pausin, 2010).

Santri adalah para siswa yang mendalami ilmu-ilmu agama di pesantren baik yang bertempat tinggal di pondok pesantren maupun santri yang pulang setelah selesai waktu belajar. Menurut Dhofier (2011) santri dibagi menjadi dua kelompok:

1. Santri mukim, yakni para santri yang menetap di pondok pesantren, biasanya mereka diberikan tanggung jawab mengurus kepentingan pondok pesantren. Biasanya santri yang sudah lebih memahami ilmu, mereka diberikan tanggung jawab untuk mengajarkan kitab-kitab dasar kepada santri lain.
2. Santri kalong, yakni santri yang selalu pulang setelah selesai belajar atau santri yang bertempat tinggal disekitar daerah pesantren.

2.3.2 Pengertian Pesantren

Menurut Dhofier (2011) pesantren adalah sebuah pendidikan tradisional dimana para siswa tinggal bersama dan belajar dibawah bimbingan guru yang lebih dikenal dengan sebutan kyai dan mempunyai asrama untuk tempat tinggal santri.

Pondok pesantren berbeda dengan lembaga pendidikan lainnya dimana santri tinggal bersama kyai atau gurunya di kompleks tersendiri, sehingga menumbuhkan ciri khas pondok pesantren, antara lain:

1. Adanya hubungan yang akrab antara santri dan kyai.
2. Santri taat dan patuh terhadap kyainya.
3. Para santri hidup secara mandiri dan sederhana.
4. Adanya semangat gotong royong dalam suasana penuh persaudaraan.
5. Para santri terlatih hidup disiplin dan terikat.

Terdapat lima komponen pokok berdirinya sebuah pesantren, antara satu dan lainnya tidak dapat dipisahkan. Kelima komponen tersebut adalah kyai (guru/pengasuh), santri (murid/siswa), pondok (asrama), masjid, dan pengajaran kitab klasik (kitab kuning) seperti *nahwu* (sintaksis), *shorof* (morfologi), fiqh, ushul fiqh, hadis, tafsir, tauhid, tassawuf dan etika, dan cabang lain seperti *tarikh* dan *balaghah* (Haedari, Hanif, Masykur & Adib, 2004).

2.3.3 Pengertian Minat

Menurut Usman (2002) minat memiliki arti sebuah sikap yang memberikan seseorang itu dalam keadaan gembira terhadap suatu objek atas ide-ide atau situasi tertentu. Hal itu disertai atas perasaan senang dan cenderung untuk mencari objek yang disukai tersebut. Minat juga berpengaruh yang

sangat besar kepada suatu kegiatan tertentu. Oleh sebab itu, dengan adanya minat maka seseorang dapat melakukan suatu hal yang diminatinya.

Minat berhubungan dengan sesuatu yang menguntungkan dan dapat menimbulkan kepuasan bagi dirinya. Semakin sering minat diekspresikan dalam kegiatan akan semakin kuat minat tersebut, sebaliknya minat akan menjadi pupus kalau tidak ada kesempatan untuk mengekspresikannya (Jahja, 2011).

2.3.4 Unsur Minat

Menurut Sudirman (2001) minat mengandung tiga unsur, yaitu:

1. Perhatian yaitu banyak sedikitnya kesadaran yang menyertai suatu aktivitas yang dilakukan atau bisa dikatakan seseorang yang menaruh minat pada aktivitas akan memberikan perhatian yang besar, ia tidak segan untuk mengorbankan waktu dan tenaga demi aktivitas tersebut.
2. Perasaan yaitu aktivitas dilakukan yang diliputi dengan perasaan senang dan tertarik akibat dari nilai-nilai yang terkandung dalam suatu objek tertentu.
3. Motif yaitu seseorang akan melakukan aktivitas karena ada penggerak untuk mendorong seseorang untuk melakukan aktivitas tertentu.

2.3.5 Macam-macam Minat

Menurut Lestar (1985), macam-macam minat dapat dibedakan sebagai berikut:

1. Berdasarkan timbulnya, minat dapat dibedakan menjadi minat primitif dan minat kultural. Minat primitif adalah minat yang timbul karena kebutuhan biologis atau jaringan-jaringan tubuh, misalnya kebutuhan akan makan. Sedangkan minat kultural adalah minat yang timbul karena proses belajar.
2. Berdasarkan arahnya, minat dapat dibedakan menjadi minat intrinsik dan ekstrinsik. Minat intrinsik adalah minat yang langsung berhubungan dengan aktivitas itu sendiri, ini merupakan minat yang lebih mendasar atau asli. Minat ekstrinsik adalah minat yang berhubungan dengan tujuan akhir dari kegiatan tersebut.
3. Berdasarkan cara mengungkapkan, minat dapat dibedakan menjadi empat: (a) *Expressed interest*, minat yang diungkapkan dengan cara meminta kepada subyek untuk menyatakan atau menuliskan semua kegiatan, baik yang disenangi maupun yang

paling tidak disenangi. (b) *Manifest interest*, minat yang diungkapkan dengan cara mengobservasi atau melakukan pengamatan secara langsung terhadap aktivitas yang dilakukan subjek atau dengan mengetahui hobinya. (c) *Tested interest*, minat yang diungkapkan dengan cara menyimpulkan hasil jawaban tes objektif yang ada. (d) *Inventoried interest*, minat yang diungkapkan dengan cara menggunakan alat-alat yang sudah distandarkan, berisi pertanyaan-pertanyaan kepada subjek.

2.3.6 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Timbulnya Minat

Crow dan Crow (dikutip dalam Saleh, 2004) berpendapat ada tiga faktor yang mempengaruhi timbulnya minat, yaitu:

1. Dorongan dari dalam individu, yaitu rasa ingin tahu atau dorongan untuk menghasilkan sesuatu yang baru dan berbeda, sehingga dapat membuat seseorang berminat untuk mempelajari sesuatu.
2. Motif sosial, yaitu minat dalam upaya mengembangkan diri dari dan dalam ilmu pengetahuan yang mungkin di ilhami oleh hasrat untuk mendapatkan kemampuan dalam bekerja atau adanya hasrat untuk memperoleh penghargaan dari keluarga atau teman.

3. Faktor emosional, yaitu minat yang berkaitan dengan perasaan dan emosi. Misalnya, keberhasilan akan menimbulkan perasaan puas dan meningkatkan minat sedangkan kegagalan dapat menghilangkan minat seseorang.

2.3.7 Indikator Minat Produk Bank Syariah

Menurut Ekinci (dikutip dalam Hariani, 2013) menjelaskan kecenderungan seseorang menunjukkan minat terhadap suatu produk atau jasa dapat dilihat berdasarkan ciri-ciri:

1. Kemauan untuk mencari informasi terhadap suatu produk atau jasa

Konsumen yang memiliki minat, memiliki suatu kecenderungan untuk mencari informasi lebih detail tentang produk atau jasa tersebut, dengan tujuan untuk mengetahui secara pasti bagaimana spesifikasi produk atau jasa yang digunakan, sebelum menggunakan produk atau jasa tersebut.

2. Kesiediaan untuk membayar barang atau jasa

Konsumen yang memiliki minat terhadap suatu produk atau jasa dapat dilihat dari bentuk pengorbanan yang dilakukan terhadap suatu barang atau jasa, konsumen yang cenderung memiliki minat lebih terhadap suatu barang atau jasa akan bersedia untuk

membayar barang atau jasa tersebut dengan tujuan dapat menggunakan barang atau jasa tersebut.

3. Menceritakan hal yang positif

Konsumen yang memiliki minat besar terhadap suatu produk atau jasa, jika ditanya konsumen lain maka secara otomatis konsumen tersebut akan menceritakan hal yang positif terhadap konsumen lain, karena konsumen yang memiliki suatu minat secara eksplisit memiliki suatu keinginan dan kepercayaan terhadap suatu barang atau jasa yang digunakan.

4. Kecenderungan untuk merekomendasikan

Konsumen yang memiliki minat yang besar terhadap suatu barang selain akan menceritakan hal yang positif, konsumen tersebut juga akan merekomendasikan kepada orang lain untuk juga menggunakan barang atau jasa tersebut, karena seseorang memiliki minat yang besar terhadap suatu barang akan cenderung memiliki pemikiran yang positif terhadap barang atau jasa tersebut, sehingga jika ditanya konsumen lain, maka konsumen tersebut akan cenderung merekomendasikan kepada konsumen lain.

2.4 Konsep Dasar Bank Syariah

2.4.1 Pengertian Bank Syariah

Bank merupakan badan usaha yang menghimpun dan dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup banyak (UU No. 21/2008). Sedangkan bank syariah adalah badan usaha yang memberikan jasa dalam bentuk simpanan dan penyaluran kepada masyarakat yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip-prinsip syariah Islam (Sumariin, 2012).

Perbankan syariah adalah perbankan yang melarang adanya riba hal ini dijelaskan dalam surah Al-Baqarah ayat 278:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَذَرُوا مَا بَقِيَ مِنَ الرِّبَا إِن كُنتُمْ مُؤْمِنِينَ

Artinya: *“Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan tinggalkan sisa Riba (yang belum dipungut) jika kamu orang-orang yang beriman”* (Q.S Al-Baqarah [2]: 278).

Menurut UU No. 21 tahun 2008, menyatakan perbankan syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank syariah dan unit usaha syariah, kegiatan usaha, mencakup kelembagaan dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya.

2.4.2 Tujuan Bank Syariah

Menurut Sudarsono (2012) bank syariah mempunyai beberapa tujuan sebagai berikut.

1. Menciptakan kegiatan ekonomi umat untuk bermuamalah secara syariah dengan tidak mengandung *Maghrib* (*maysir, gharar, riba*).
2. Untuk menciptakan suatu keadilan di bidang ekonomi dengan jalan meratakan pendapatan melalui kegiatan investasi, agar tidak terjadi kesenjangan yang amat besar antara pemilik modal dengan pihak yang membutuhkan dana.
3. Untuk meningkatkan kualitas hidup umat dengan jalan membuka peluang usaha yang lebih besar terutama kelompok miskin, yang diarahkan kepada kegiatan usaha yang produktif menuju terciptanya kemandirian usaha.
4. Untuk menanggulangi masalah kemiskinan yang pada umumnya merupakan program utama dari negara-negara yang sedang berkembang.
5. Untuk menjaga kestabilan ekonomi dan moneter dengan aktivitas bank syariah akan mampu menghindari pemanasan ekonomi diakibatkan karena adanya inflasi.

6. Untuk membuat masyarakat tidak bergantung ke bank konvensional.

2.4.3 Produk Bank Syariah

Secara umum, produk perbankan syariah dikelompokkan menjadi 3 bagian (Wirosa, 2009) yaitu:

1. Produk Penghimpunan Dana

a. Giro syariah

Simpanan yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek, *bilyet giro*, sarana perintah pembayaran lainnya atau dengan cara pemindahbukuan.

b. Tabungan syariah

Tabungan adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek atau alat yang dapat dipersamakan dengan itu.

c. Deposito syariah

Deposito adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu berdasarkan perjanjian antara nasabah dengan bank yang bersangkutan.

2. Produk Pembiayaan Syariah

Pembiayaan adalah penyediaan dana atau tagihan yang dipersamakan dengan itu berupa:

- a. Transaksi bagi hasil dalam bentuk *mudharabah* dan *musyarakah*,
- b. Transaksi sewa menyewa dalam bentuk *ijarah* atau sewa beli dalam bentuk *ijarah muntahiya bittamlik*,
- c. Transaksi jual beli dalam bentuk piutang *murabahah*, *salam*, dan *istishna'*,
- d. Transaksi pinjam meminjam dalam bentuk piutang *qardh*, dan
- e. Transaksi sewa menyewa jasa dalam bentuk *ijarah* untuk transaksi multijasa.

3. Produk Jasa

a. *Rahn*

Merupakan akad menggadaikan barang dari satu pihak ke pihak lain, dengan uang sebagai gantinya. Akad ini dapat berubah menjadi produk jika digunakan untuk pelayanan kebutuhan konsumtif dan jasa seperti pendidikan, kesehatan, dll.

b. *Wakalah*

Merupakan akad perwakilan antara dua pihak. Umumnya digunakan untuk penerbitan L/C (*Letter of Credit*), akan tetapi juga dapat digunakan untuk mentransfer dana nasabah ke pihak lain.

c. *Kafalah*

Merupakan akad untuk penjaminan. Akad ini digunakan untuk penerbitan garansi ataupun sebagai jaminan pembayaran lebih dulu.

d. *Hawalah*

Merupakan akad untuk pemindahan utang-piutang. Kebanyakan ulama menyatakan bahwa bank tidak boleh mengambil keuntungan dari produk ini.

e. *Ju'alah*

Prinsip ini digunakan oleh bank dalam menawarkan jasa dengan *fee* sebagai imbalannya.

f. *Sharf*

Merupakan transaksi pertukaran emas, perak serta mata uang asing.

2.5 Keterkaitan Antara Variabel

2.5.1 Keterkaitan Variabel Pengetahuan Terhadap Minat Menggunakan Produk Perbankan Syariah

Menurut Mubarak (2010) pengetahuan merupakan hasil mengingat suatu hal, termasuk mengingat kembali kejadian yang pernah dialami baik secara sengaja maupun tidak sengaja dan ini terjadi setelah orang melakukan atau pengamatan terhadap suatu objek tertentu, sedangkan minat merupakan penerimaan akan suatu hubungan antar diri sendiri dengan sesuatu yang diluar dirinya, semakin kuat atau dekat hubungan tersebut semakin besar minatnya (Suryabrata, 2002).

Penelitian yang dilakukan oleh Hasibuan, Daud, Afif, Febryola & Subhan (2019), dengan judul “Pengaruh Pengetahuan Masyarakat Tentang Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Bank Syariah Mandiri Cabang Stabat”. Mengemukakan bahwa minimnya pengetahuan masyarakat terhadap karakteristik perbankan syariah itu dapat mempengaruhi minat nasabah terhadap produk keuangan perbankan, sesuai dengan hasil penelitiannya bahwa pengetahuan nasabah mempunyai pengaruh positif terhadap minat nasabah menggunakan produk bank syariah.

Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Sumarno, Nawawi, Darmawan & Saeki (2021) dengan judul “Pengaruh Pengetahuan Masyarakat Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Untuk Memilih Produk Bank Syariah”. Menyatakan bahwa Variabel pengetahuan produk berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di bank bjb syariah KCP Pabuaran.

Hasil yang sama juga terdapat dalam penelitian yang dilakukan oleh Zamakhsyari, Winarni & Wage (2022) dengan judul “Pengaruh Pengetahuan Mahasiswa tentang Riba terhadap Minat Menabung di Bank Syariah”. Memperoleh hasil bahwa secara simultan dan parsial variabel pengetahuan tentang riba dan produk perbankan syariah berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa menjadi nasabah bank syariah.

2.5.2 Keterkaitan Variabel Sosialisasi Terhadap Minat Menggunakan Produk Perbankan Syariah

Menurut Cahyani (2019) sosialisasi merupakan salah satu cara mendistribusikan sebuah produk barang ataupun jasa kepada masyarakat agar masyarakat mengetahui tentang produk yang dihasilkan oleh perusahaan tertentu, oleh karena itu sosialisasi juga menjadi sebuah cara untuk menarik dan menumbuhkan minat konsumen maupun masyarakat untuk mengkonsumsi produk yang dihasilkan, termasuk produk jasa yang ada di perbankan syariah.

Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Putri (2021) dengan judul “Analisis faktor sosialisasi dan edukasi masyarakat tentang bank syariah terhadap minat menabung di BPRS Muamalat Harkat Sukaraja”. Menyatakan hasil bahwa faktor sosialisasi berpengaruh terhadap variabel minat menabung di BPRS Muamalat Harkat Sukaraja.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Setiawati (2018) dengan judul “Pengaruh sosialisasi bank syariah terhadap minat masyarakat memilih bank syariah mandiri di kabupaten Sarolangun”. Menyatakan hasil bahwa secara parsial antrian sosialisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat.

Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Silalahi, Silalahi, Sultani, Khalid & Samio (2022) dengan judul “Sosialisasi Bank Syariah Untuk Meningkatkan Minat

Menabung Bagi Siswa SMK S Setia Budi Binjai”. Mendapatkan hasil bahwa sosialisasi membuat para siswa/siswi dan guru merasa senang karena dapat mengerti dan lebih paham mengenai produk-produk di bank syariah dan juga manfaat yang di dapat setelah menabung di bank syariah. Sehingga minat siswa menabung di bank pada umumnya dan khususnya menabung di bank syariah dapat meningkat.

2.5.3 Keterkaitan Variabel Pengetahuan dan Sosialisasi Terhadap Minat Menggunakan Produk Bank Syariah

Menurut Zulchayra, Azharsyah & Fitria (2020) sosialisasi sangat berkaitan erat dengan pengetahuan, dimana proses sosialisasi menimbulkan pengetahuan, sehingga menimbulkan minat terhadap sesuatu. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Aprilia (2020) dengan judul “Pengaruh Pengetahuan Dan Sosialisasi Terhadap Minat Menabung Di Bank Sumsel Babel Syariah Cabang Palembang (Studi Mahasiswa Uin A Raden Fatah Palembang)”. Mendapatkan hasil bahwa pengetahuan dan sosialisasi secara simultan atau bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung.

Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Cahyani (2019) dengan judul “Pengaruh Sosialisasi, Pengetahuan Dan Persepsi Santri Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Santri Pondok

Pesantren Darul Falah Besongo Semarang Tahun 2018)”. Menunjukkan bahwa secara simultan variabel sosialisasi, pengetahuan dan persepsi berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Zulchayra, *et al* (2020) dengan judul “Pengaruh Sosialisasi Dan Pengetahuan Terhadap Minat Investasi Di Pasar Modal Syariah (Studi Pada Mahasiswa di Banda Aceh). Menunjukkan hasil bahwa variabel sosialisasi dan pengetahuan secara bersama-sama dapat mempengaruhi variabel minat.

2.6 Hasil Penelitian Terkait

Penelitian yang dilakukan oleh Nurhasanah, Kurniawan dan Jalil (2022), dengan judul “Pengaruh Pengetahuan Santri Mengenai Akad *Wadiah* Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Pondok Pesantren An Nur Bantul Yogyakarta)”. Menyatakan hasil penelitian bahwa terdapat pengaruh pengetahuan terhadap minat menabung. Di mana pengetahuan santri (X) dengan tingkat nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ yang dinyatakan telah memenuhi syarat menjadi variabel pendukung terhadap minat menabung (Y). Nilai R^2 sebesar 0,665 atau 66,5% yang menunjukkan nilai minat menabung dipengaruhi oleh pengetahuan santri mengenai akad *wadiah*. Sedangkan sisanya 33,5% nilai pengetahuan santri dipengaruhi oleh faktor lain.

Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Hartini (2019) dengan judul “Pengaruh Pengetahuan dan Religiusitas Terhadap Minat Santri Memilih Produk Perbankan Syariah (Studi Pada Pesantren Di Aceh Besar)”. Menyatakan bahwa pengetahuan dan religiusitas secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap minat. Kemudian secara parsial variabel pengetahuan tidak berpengaruh terhadap minat sedangkan religiusitas berpengaruh signifikan terhadap minat santri memilih produk perbankan syariah.

Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Nuraini, Alfani dan Hamzah (2020) yang berjudul “Literasi Produk Perbankan Syariah Bagi Guru Pondok Pesantren di Kota Pekanbaru” dengan hasil penelitian bahwa literasi produk perbankan syariah bagi guru pondok pesantren di kota Pekanbaru belum mencapai target yang diharapkan. Hal ini menandakan bahwa respon guru terhadap produk perbankan syariah “baik” namun masih minimnya penggunaan produk-produk perbankan syariah di lingkungan guru pondok pesantren khususnya di kota Pekanbaru.

Kemudian penelitian yang menjadi referensi dari penelitian ini adalah penelitian yang dilakukan oleh Dewi (2019) yang meneliti tentang “Pengaruh Pengetahuan, Persepsi Produk Dan Pendapatan Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah Kota Salatiga Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating”. Menyatakan hasil penelitian bahwa pengetahuan berpengaruh terhadap minat menabung masyarakat dan persepsi produk berpengaruh terhadap minat menabung masyarakat.

Sedangkan pendapatan tidak berpengaruh terhadap minat menabung masyarakat. Variabel religiusitas tidak memoderasi pengetahuan, persepsi produk dan pendapatan terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah.

Selanjutnya, penelitian yang dilakukan oleh Fauzy, Purwadi dan Hakim (2019) yang berjudul “Analisis Pengetahuan tentang Perbankan Syariah Santri Pondok Pesantren Al-Ittihad Mojokerto dan Pengaruhnya terhadap Minat Menabung di Bank Syariah”. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif antara variabel pengetahuan santri tentang perbankan syariah (X) terhadap minat menabung di bank Syariah (Y).

Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Hidayatinaa (2018) dengan judul “Pengaruh Sosialisasi Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Nasabah (Studi Kasus Pada Pt. Bank Aceh Syariah Cabang Lhokseumawe)”. Menyatakan bahwa sosialisasi perbankan syariah mempengaruhi minat menabung nasabah PT. Bank Aceh Syariah. Variabel sosialisasi menjelaskan hubungan signifikansinya sebesar 45,1% variasi minat menabung nasabah sedangkan 54,9% dapat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan pemasaran.

Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Rosyid dan Saidiah (2016) dengan judul “Pengetahuan Perbankan Syariah dan Pengaruhnya terhadap Minat Menabung Santri Dan Guru”. menunjukkan hasil penelitian nilai t hitung lebih besar dari dari t

tabel ($5,123 > 1,660$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti adanya pengaruh pengetahuan perbankan terhadap minat menabung.

Kemudian yang terakhir penelitian yang dilakukan oleh Munajim, Sukarnoto, Pratama dan Pratama (2022) dengan judul “Pengaruh Persepsi Dan Religiusitas Santri Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus di Pondok Pesantren Tarbiyatul Banin)”. Penelitian ini memperoleh hasil bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Persepsi dan Religiusitas Santri terhadap minat menabung di bank syariah.

Tabel 2.1
Hasil Penelitian Terkait

No	Penelitian dan Judul	Metode Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Fatih Nurhasanah, M. Arif Kurniawan dan Abdul Jalil (2022). Pengaruh Pengetahuan Santri Mengenai Akad <i>Wadiah</i> Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Pondok Pesantren An Nur Bantul Yogyakarta)	Kuantitatif	Meneliti tentang pengetahuan	Menambahkan variabel sosialisasi perbankan syariah
2	Putri Hartini (2019). Pengaruh Pengetahuan Dan Religiusitas Terhadap Minat Santri Memilih Produk Perbankan Syariah (Studi Pada Pesantren Di Aceh Besar).	Kuantitatif	Memilih subjek penelitian santri di pesantren	Menggunakan Sosialisasi sebagai variabel X2
3	Putri Nuraini, <i>et al</i> (2020). Literasi Produk Perbankan Syariah Bagi Guru Pondok Pesantren di Kota Pekanbaru	Kualitatif	Meneliti tentang Produk Perbankan syariah	Populasi adalah seluruh santri di pesantren

4	Feny Putriana Dewi (2019). Pengaruh Pengetahuan, Persepsi Produk Dan Pendapatan Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah Kota Salatiga Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating	Kuantitatif	Menggunakan variabel pengetahuan untuk mengukur minat	Peneliti melakukan penelitian terhadap minat santri pondok pesantren
---	--	-------------	---	--

Tabel 2.1 - Lanjutan

5	Tita Octavina Fauzy, Agus Purwadi & Rahmad Hakim (2019). Analisis Pengetahuan tentang Perbankan Syariah Santri Pondok Pesantren Al-Ittihad Mojokerto dan Pengaruhnya terhadap Minat Menabung di Bank Syariah.	Kuantitatif	Meneliti minat Santri terhadap perbankan syariah dengan variabel X yaitu pengetahuan	Menambah Variabel Sosialisasi dan pemilihan pondok pesantren Ar Raudhatun Nabawiyah
6	Hidayatinaa (2018). Pengaruh Sosialisasi Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Nasabah (Studi Kasus Pada Pt. Bank Aceh Syariah Cabang Lhokseumawe)	Kuantitatif	Meneliti tentang sosialisasi	Menambah variabel X yaitu pengetahuan dan variabel Y yaitu minat santri menggunakan produk bank syariah
7	Maskur Rosyid, Halimatu Saidiah (2016). Pengetahuan Perbankan Syariah dan Pengaruhnya terhadap Minat Menabung Santri Dan Guru	Kuantitatif	Meneliti pengaruh pengetahuan terhadap minat	Menambah variabel X yaitu Sosialisasi
8	Ahmad Munajim, Toto Sukarnoto, Gama Pratama, Fidy Arie Pratama (2022). Pengaruh Persepsi Dan	Kuantitatif	Memilih objek penelitian di Pondok	Menggunakan Variabel Pengetahuan dan

	Religiusitas Santri Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus di Pondok Pesantren Tarbiyatul Banin)		Pesantren	Sosialisasi Perbankan syariah
--	--	--	-----------	-------------------------------

Sumber: Data diolah (2023).

Kesimpulan dari beberapa kajian terdahulu menyatakan bahwa pengetahuan terhadap perbankan syariah sangat berpengaruh terhadap minat menggunakan produk-produk perbankan Syariah. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Nurhassanah, *et al* (2022) hasil penelitian ini menjelaskan variabel pengetahuan mempengaruhi minat menabung sebesar 66,5%, semakin santri punya pengetahuan tentang *akad* bank syariah dan produk-produknya maka akan meningkat juga minat santri untuk menabung di bank syariah.

Variabel selanjutnya, sosialisasi. Penelitian yang dilakukan oleh Hidayatinaa (2018) menunjukkan variabel sosialisasi berpengaruh sebesar 45,1% terhadap minat menabung. Terbatasnya pengetahuan masyarakat menjadi sebab dasar dilakukan sosialisasi oleh pihak bank syariah agar supaya tidak melahirkan persepsi yang keliru dan berdampak pada rendahnya keputusan masyarakat untuk memilih bank syariah.

Berdasarkan penelitian terdahulu, peneliti ingin mencoba mengabungkan variabel pengetahuan dan variabel sosialisasi untuk melihat seberapa besar pengaruhnya terhadap minat santri menggunakan produk bank syariah. Perbedaan lain terletak pada

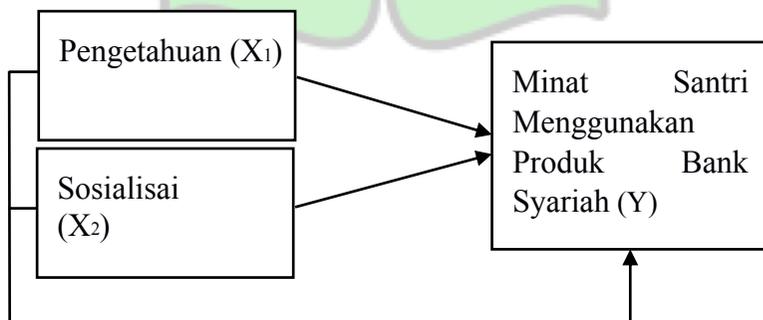
pembaharuan periode waktu penelitian dan pada pemilihan subjek penelitian yaitu Santri Pondok Pesantren Ar-Raudhatun Nabawiyah. Alasan selanjutnya peneliti memilih Pesantren Ar-Raudhatun Nabawiyah karena lokasi yang dekat dengan tempat tinggal peneliti dan juga fakta bahwa masih kurangnya referensi terkait di daerah tempat tinggal peneliti.

2.7 Kerangka Pemikiran

Dalam penelitian ini aspek yang ingin penulis ukur yaitu aspek pengetahuan, sosialisasi dan minat santri menggunakan produk perbankan syariah. Menurut Zulchayra *et al.* (2020) minat itu ditumbuhkan oleh pengetahuan dan pengetahuan juga dipengaruhi oleh proses sosialisasi. Adapun pengetahuan dan sosialisasi disini yaitu pengetahuan dan sosialisasi tentang perbankan syariah yang diterima oleh santri pada pondok pesantren Ar-Raudhatun Nabawiyah.

Adapun kerangka pemikiran penelitian ini:

Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran



Keterangan:

1. Variabel terikat (variabel dependen) yaitu yang dipengaruhi oleh sebab akibat adanya variabel bebas. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah minat santri menggunakan Produk Bank Syariah (Y).
2. Variabel bebas (variabel independen) yaitu variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab timbulnya variabel terikat. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah pengetahuan (X_1) dan Sosialisasi (X_2) tentang perbankan syariah.

2.8 Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru berdasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data (Sugiyono, 2016).

Berdasarkan tinjauan teori dan penelitian terdahulu yang telah penulis uraikan di atas maka hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut:

H_{a1} = Ada korelasi antara pengetahuan dengan minat santri menggunakan produk bank syariah.

H_{a2} = Ada korelasi antara sosialisasi dengan minat santri menggunakan produk bank syariah.

Has = Pengetahuan dan sosialisasi secara simultan mempengaruhi minat santri menggunakan produk bank syariah.



BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah Penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Menurut Sugiyono (2013) metode penelitian kuantitatif yaitu metode yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu dengan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Sedangkan yang dimaksud dengan pendekatan metode deskriptif adalah metode statistik yang mempunyai tugas untuk mengumpulkan, mengolah dan menganalisis data dan kemudian menyajikan dalam bentuk yang baik (Suryani & Hendriyadi 2016).

3.2 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan sampel

3.2.1 Populasi Penelitian

Menurut Sugiyono (2013) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Selain itu, populasi juga dapat diartikan sebagai keseluruhan unit analisis yang ciri-cirinya akan diduga (Sinaga, 2014). Populasi dalam penelitian ini adalah santri pondok pesantren Ar-

Raudhatun Nabawiyah yang beralamatkan di Desa Mesjid Baro, Kecamatan Samatiga, Kabupaten Aceh Barat. Dengan jumlah 437 santri (Sekretaris Pesantren Ar-Raudhatun Nabawiyah, 2023).

3.2.2 Sampel Penelitian

Sampel digunakan bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi (Sugiyono, 2013). Artinya sampel merupakan sebagian dari populasi untuk mewakili seluruh populasi. Untuk menentukan jumlah sampel dari populasi, peneliti menentukan dengan menggunakan rumus *Slovin* yaitu sebagai berikut:

Rumus *Slovin*: (3.1)

Keterangan:

= Ukuran sampel

= Ukuran populasi

e = Error atau tingkat toleransi kesalahan (10%)

Dalam penelitian ini jumlah populasi yang diambil yaitu seluruh santri di pondok pesantren Ar-Raudhatun Nabawiyah (N), dengan sampel dihitung dengan *error* sebesar 10%, maka ditentukan sebesar:

(dibulatkan mejadi 81)

Jadi sampel yang diperoleh dari rumus *slovin* sebanyak 81 responden, untuk mengantisipasi terjadinya *error* data, peneliti dalam menyebarkan kuesioner menggenapkan responden menjadi 100 orang.

3.2.3 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah teknik *random sampling* atau *probability sampling* disebabkan anggota populasi penelitian ini dianggap homogen dan sudah diketahui. Menurut Arikunto (2006) teknik *sampling* yaitu suatu cara memilih atau mengambil sampel yang dianggap peneliti memiliki ciri-ciri yang sesuai dengan yang diharapkan yaitu mempunyai kemampuan yang sama. *Random sampling* atau *probability sampling* yaitu cara atau teknik menarik atau mengambil sampel dari populasi secara random atau acak, dimana individu atau setiap unit *sampling* dalam populasi mempunyai atau mendapatkan kesempatan yang sama untuk diambil atau dipilih menjadi sampel (Soewadji, 2012).

Dalam penelitian ini sampel yang telah ditentukan kemudian dibagikan kuesioner secara langsung. Kuesioner merupakan serangkaian atau daftar pernyataan yang disusun secara sistematis, kemudian dibagikan untuk diisi oleh responden (Sumarwan, *et al.*, 2014). Pembagian dilakukan dengan cara *offline/manual* dengan mengumpulkan para responden pada satu tempat agar lebih mudah dalam proses pembagian kuesioner. Biasanya para santri dipesantren mereka semua berkumpul pada saat melaksanakan shalat berjamaah, jadi setelah shalat berjamaah selesai peneliti selanjutnya akan langsung meminta izi dan menyebarkan kuesioner kepada para santri yang berada disitu.

3.3 Metode Pengumpulan Data

3.3.1 Sumber data

Sumber data yang diambil dalam penelitian ini yaitu data primer. Menurut Indriantoro (2014) data primer adalah sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli. Data primer yang dikumpulkan dalam penelitian ini diperoleh langsung dari responden santri dengan membagikan kuesioner yang berisi pertanyaan tentang penelitian.

3.3.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik survei melalui penyebaran kuesioner. Menurut Sugiyono (2013) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilaksanakan dengan memberi sejumlah pertanyaan maupun pernyataan tertulis kepada responden untuk kemudian dijawab oleh responden.

Jenis kuesioner yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner yang mana peneliti menyediakan beberapa pertanyaan yang disediakan sejumlah jawaban tertentu sebagai pilihan, sehingga responden hanya menandai jawaban yang dipilih. Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini sendiri terdiri atas bagian pengantar, petunjuk pengisian, identitas responden seperti: nama, umur, jenis kelamin, alamat serta bagian dari instrumen penelitian yang terdiri dari beberapa pertanyaan yang berkaitan dengan pengetahuan, sosialisasi, dan minat santri menggunakan produk Bank Syariah.

3.4 Skala Pengukuran

Dalam penelitian ini peneliti mengukur data menggunakan skala model *Likert*. Menurut Sugiyono (2013) skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam menjawab skala *Likert* ini, responden hanya memberi tanda, misalnya *checklist* atau tanda silang pada jawaban yang dipilih sesuai

pernyataan. Kuesioner yang telah diisi responden perlu dilakukan penskoran. Berikut ini nilai skala pengukuran pada skala *Likert*:

Tabel 3.1
Skala *Likert*

No	Keterangan	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Ragu-Ragu (RR)	3
4	Kurang Setuju (KS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Data diolah (2023).

3.5 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

3.5.1 Uji Validitas

Menurut Bawono dan Anton (2006) uji validitas dilakukan untuk mengungkapkan apakah pertanyaan pada kuesioner tersebut sah atau tidak. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel untuk *degree of freedom* (df) = $n-2$, dalam hal ini n adalah jumlah sample. Jika r hitung lebih besar dari r tabel dan nilai positif maka butir atau pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid dengan menggunakan *correlation coefficient person* (Ghozali, 2016). Uji validitas

dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik *korelasi product moment* dengan bantuan aplikasi SPSS.

3.5.2 Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2016) uji reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari suatu variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Dalam penelitian ini uji reliabilitas menggunakan SPSS untuk mengidentifikasi seberapa baik item-item dalam kuesioner yang berhubungan dengan satu dan lainnya. Suatu konstruk atau variabel dinyatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0,60.

3.6 Definisi dan Operasionalisasi Variabel

3.6.1 Variabel Dependen

Menurut Sugiyono (2013) variabel dependen (variabel terikat) merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Yang menjadi variabel dependen pada penelitian ini yaitu Minat Santri menggunakan produk bank syariah (X) yang dipengaruhi oleh variabel independen.

3.6.2 Variabel Independen

Menurut Sugiyono (2013) variabel independen (variabel bebas) adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab timbulnya variabel dependen (variabel terikat).

Pada penelitian ini variabel independen yang digunakan adalah Pengetahuan (X_1), dan Sosialisasi (X_2).

3.6.3 Operasionalisasi Variabel

Menurut Arikunto (2006) operasional variabel adalah variabel penelitian dimaksudkan untuk memahami arti setiap variabel penelitian sebelum dilakukan analisis, instrumen, serta sumber pengukuran berasal dari mana. Tujuannya agar peneliti dapat mencapai suatu alat ukur yang sesuai dengan hakikat variabel yang sudah didefinisikan konsepnya (Fauzi, 2015).

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3.2
Variabel Penelitian

Variabel	Definisi Variabel	Indikator Variabel	Skala Ukur
Pengetahuan (X_1)	Konsumen memiliki tingkatan pengetahuan produk yang berbeda, yang dapat dipergunakan untuk menerjemahkan informasi baru dan membuat pilihan keputusan (Kotler, 2000)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Berlandaskan prinsip dan nilai islam 2. Prinsip bagi hasil 3. Terdapat DPS 4. Menggunakan akad-akad syariah 5. Produk jasa 	<i>Likert</i>

Tabel 3.2 - Lanjutan

Sosialisasi (X ₂)	Sosialisasi merupakan proses membantu individu belajar dan menyesuaikan diri, dengan cara hidup dan berpikir kelompok agar dapat berperan dan berfungsi dalam kelompok tersebut (Choirudin, 2015).	1. Edukasi 2. Promosi 3. Literasi	<i>Likert</i>
Minat Santri (Y)	Menurut George R. Terry pengambilan keputusan adalah pemilihan alternatif perilaku (kelakuan) tertentu dari dua atau lebih alternatif yang ada.	1. Faktor dari dalam diri individu 2. Faktor Motif sosial. 3. Faktor emosional.	<i>Likert</i>

Sumber: Data diolah (2023).

3.7 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan tahapan awal yang digunakan sebelum analisis linear berganda (Ghozali, 2011). Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas.

3.7.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah residual yang diteliti berdistribusi normal atau tidak, distribusi data tidak normal karena terdapat nilai ekstrim dalam data yang diambil (Suliyanto, 2005).

Dalam penelitian ini, uji normalitas data menggunakan *Test of Normality Kolmogorov-Smirnov* dan grafik p-plot dalam program SPSS. Menurut Santoso (2012) dasar

pengambilan keputusan pada *Test of Normality Kolmogorov-Smirnov* bisa dilakukan berdasarkan probabilitas (*Asymtotic Significance*), yaitu:

- a. Jika probabilitas $> 0,05$ maka distribusi dari model regresi adalah normal.
- b. Jika probabilitas $< 0,05$ maka distribusi dari model regresi adalah tidak normal.

Kemudian dasar pengambilan keputusan pada grafik p-plot menurut Ghozali (2011) yaitu model regresi dikatakan berdistribusi normal jika data plotting (titik-titik) yang menggambarkan data sesungguhnya mengikuti garis diagonal.

3.7.2 Uji Multikolinieritas

Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas, untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas di dalam model regresi dapat dilihat dari nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). *Tolerance* mengukur variabilitas variabel bebas yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Jadi, nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena $VIF = 1/Tolerance$). Nilai *cut off* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai *Tolerance* $> 0,10$ atau sama dengan $VIF < 10$, maka model dinyatakan tidak terdapat gejala multikolinieritas (Ghozali, 2016).

3.7.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *varians* dari *residual* satu pengamatan ke pengamatan yang lain, jika *varians* dari *residual* satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap maka disebut homoskedastisitas, jika berbeda disebut heteroskedastisitas (Ghozali, 2011). Ada beberapa cara yang dapat dilakukan untuk melakukan uji heteroskedastisitas, yaitu uji *scatterplots*, uji *park*, uji *glejser*, dan uji *white*. Pengujian pada penelitian ini menggunakan *scatterplots* antara nilai prediksi variabel dependen yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID, tidak terjadi heteroskedastisitas apabila tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, dan menggunakan uji *glejser* dengan ketentuan pengambilan keputusan adalah jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2011).

3.8 Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono (2013) yaitu mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, menyajikan data tiap variabel, melakukan perhitungan dan menguji hipotesis. Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linier berganda dengan menggunakan program komputer yaitu *software statistical package for the social science* (SPSS) dan *Microsoft office*.

3.8.1 Regresi Linier Berganda

Untuk menganalisis permasalahan dalam peneliti ini peneliti menggunakan analisis regresi linier berganda. Menurut Sugiyono (2013) untuk mengetahui pengaruh variabel Pengetahuan (X_1), dan variabel Sosialisasi (X_2), terhadap variabel Minat (Y), digunakan analisis regresi linier berganda. Adapun rumus persamaan dalam regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$\text{Rumus: } Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e \quad (3.2)$$

Keterangan:

Y = Minat Santri

a = Nilai Constan

X_1 = Pengetahuan

X_2 = Sosialisasi

b_1, b_2 = Koefisien dari masing masing variable

e = *Standart error*

3.9 Uji Hipotesis

Uji statistik digunakan untuk melihat tingkat ketetapan dari suatu fungsi atau persamaan untuk menaksir data yang akan di analisis ini dapat dilihat dari nilai f hitung, t hitung dan nilai koefisien determinasi (Ghozali, 2011). Uji hipotesis ini digunakan untuk membuktikan dan menguji hipotesis, sehingga peneliti mendapat kesimpulan dari penelitian ini. Rumusan hipotesisnya seperti berikut:

Ha₁ = Ada korelasi antara pengetahuan dengan minat santri menggunakan produk bank syariah.

Ho₁ = Tidak ada korelasi antara pengetahuan dengan minat santri menggunakan produk bank syariah.

Ha₂ = Ada korelasi antara sosialisasi dengan minat santri menggunakan produk bank syariah.

Ho₂ = Tidak ada korelasi antara sosialisasi dengan minat santri menggunakan produk bank syariah.

Ha₃ = Pengetahuan dan sosialisasi secara simultan mempengaruhi minat santri menggunakan produk bank syariah.

Ho₃ = Pengetahuan dan sosialisasi secara simultan tidak mempengaruhi minat santri menggunakan produk bank syariah.

3.9.1 Uji t (Uji Korelasi Parsial)

Menurut Ghazali (2011) uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh secara signifikan antar variabel bebas yaitu pengetahuan (X_1) dan Sosialisasi (X_2) terhadap variabel dependen yaitu minat santri menggunakan produk bank syariah (Y) secara individu atau parsial, dengan menggunakan uji t statistik untuk masing-masing variabel. Pengujian dilakukan dengan kriteria:

- a. Taraf signifikansi $\alpha = 5\%$
- b. Jika signifikansi $> 0,05$, maka H_0 diterima.

c. Jika signifikansi $< 0,05$, maka H_0 ditolak.

3.9.2 Uji F (Uji Korelasi Simultan)

Menurut Ghozali (2011) untuk mengetahui makna nilai Uji F tersebut akan dilakukan dengan membandingkan tingkat signifikansi (Sig. F) dengan tingkat signifikansi ($\alpha = 5\%$), dengan ketentuan jika nilai Sig. $< 0,05$ maka artinya variabel independen (X) secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen (Y).

3.9.3 Uji R^2 (Koefisien Determinasi)

Uji koefisien determinasi berguna mengukur seberapa jauh kemampuan variabel bebas dalam merangkai variabel terikat, untuk regresi linear berganda sebaiknya menggunakan *Adjusted R square*, karena telah disesuaikan dengan jumlah variabel independen yang digunakan dalam penelitian (Bhuono, 2005). Koefisien determinasi yaitu bernilai antara 0 dan 1. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi dependen sangat terbatas. Sedangkan nilai yang mendekati 1 berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk mengetahui variasi variabel dependen (Ghozali, 2009).

Rumus koefisien determinasi R^2 sebagai berikut:

Rumus: $R^2 = r^2 \times 100\%$ (3.3)

Keterangan:

R^2 = Koefisien Determinasi

r^2 = Koefisien Korelasi



BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian

4.1.1 Sejarah Singkat Berdirinya Pondok Pesantren Ar-Raudhatun Nabawiyah

Pada awal tahun 1408 Hijriyah/1988 Masehi para tokoh masyarakat lima desa dalam kemukiman Masjid Baro kecamatan Samatiga Kabupaten Aceh Barat yaitu desa Rangkileh, Cot Amun, Leukeun dan Kereuseng bermusyawarah untuk mendirikan sebuah lembaga pendidikan non formal, mengingat salah seorang putra asal desa Masjid Baro (Tgk. H. Mustafa Habli, Lc) yang saat itu bertempat tinggal di desa Reusak kemukiman Meunumbok baru saja menyelesaikan pendidikan di Universitas Madinatul Munawarah, Madinah, Arab Saudi.

Hasil musyawarah dimaksud lahirlah keputusan bahwa dayah didirikan oleh masyarakat dalam kemukiman Masjid Baro, pimpinan Tgk. H. Mustafa Habli, Lc, nama Dayah Ar-Raudhatun Nabawiyah dan bertempat didesa Masjid Baro, Kecamatan Samatiga, Kabupaten Aceh Barat, Provinsi Aceh.

Desa Masjid Baro adalah sebuah desa yang jaraknya 6 Km dari ibu kota kecamatan, 16 Km dari ibu kota kabupaten dan 242 km dari ibu kota provinsi dan berada ditengah-tengah kemukiman, dimana bata-batasya adalah:

- Sebelah utara dengan desa Leuken
- Sebelah selatan dengan desa Cot Amun
- Sebelah timur dengan kebun karet
- Sebelah barat dengan desa reusak

Alhamdulillah dari hasil kerja keras para tokoh masyarakat bersama dengan seluruh elemen masyarakat dalam kemukiman Mesjid Baro berhasil mendirikan bale dayah dan beberapa kamar/rangkang. Mengingat peminat para santri dari hari kehari terus meningkat maka gotong royong masyarakatpun tak pernah berhenti dengan sistem gotong royong secara beregu akhirnya atas prakarsa pimpinan dayah beserta tokoh masyarakat dayah ini didaftarkan sebagai sebuah lembaga yang berbadan hukum dibawah satu yayasan yang diberi nama Yayasan Pesantren Ar-Raudhatun Nabawiyah dengan aka notaris No 68 Tahun 1988 yang dibuat oleh notaris M. Suprpto Siswopranoto, SH.

Dari tahun ketahun pesantren ini terus berkembang dan hingga kini telah memiliki beberapa unit asrama putra dan putri, balai, kelas, mushalla dan sarana prasarana lainnya walaupun belum memadai. (Pesantren Ar-raudhatun Nabawiyah, 2021).

4.1.2 Visi dan Misi

Sebagai sebuah lembaga pendidikan dayah yang berkarakter, teratur dan terarah, yayasan dayah pesantren Ar-

Raudhatun Nabawiyah menggagaskan sebuah visi dan beberapa misi pesantren serta pogram kerja sebagai wujud realisasi dari visi dan misi lembaga.

Adapun visi, misi dan pogram kerja Yayasan Dayah Pesantren Ar-Raudhatun Nabawiyah adalah sebagai berikut:

1. Visi: "Terciptanya Insan Yang Cerdas, Berkualitas, Berkepribadian Islami Dan Berakhlaqul Karimah”.
2. Misi: Membudayakan pola hidup yang islami bagi semua santri.
Menyediakan sarana dan prasarana yang memadai.
Meningkatkan kompetensi guru dan santri secara terus menerus.
Mengembangkan pembelajaran yang efektif dan efisien.

4.2 Karakteristik Responden

Berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti lakukan di pondok pesantren Ar-Raudhatun Nawbawiyah melalui penyebaran kuesioner, peneliti memaparkan deskripsi data responden santri pondok pesantren Ar-Raudhatun Nawbawiyah berdasarkan jenis kelamin, umur dan alamat asal.

Penyebaran kuesioner yang peneliti lakukan adalah dengan cara membagikan kuesioner secara manual ke pada para santri

secara acak sebanyak 100 kuesioner, kemudian kuesioner yang dikembalikan ke peneliti sebanyak 87 kuesioner, namun itu sudah mencukupi untuk sampel yang peneliti gunakan sebanyak 81 responden sesuai dengan jumlah sampel yang telah ditentukan dengan menggunakan rumus *slovin*.

4.2.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel dibawah:

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	JENIS KELAMIN	JUMLAH SAMPEL	PERSENTASE
1	Laki -laki	60	74,1%
2	Perempuan	21	25,9%
3	Total	81	100%

Sumber: SPSS 25 Data diolah (2023).

Berdasarkan tabel 4.1 diatas terlihat bahwa responden santri yang mengisi kuesioner dominan berjenis kelamin laki-laki sebanyak 60 orang atau 74,1% lebih banyak dari responden santri perempuan yang sebanyak 21 orang atau sebesar 25,9%.

4.2.2 Responden Berdasarkan Umur

Karakteristik responden berdasarkan umur dapat dilihat pada tabel dibawah:

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

No	UMUR	JUMLAH SAMPEL	PERSENTASE
1	12-18 tahun	28	34,6%
2	19-24 tahun	53	65,4%
3	Total	81	100%

Sumber: SPSS 25 Data diolah (2023).

Berdasarkan tabel 4.2 diatas menunjukkan bahwa diantara 81 responden santri yang diambil sebagai sampel, terdapat sebanyak 28 orang yang berumur 12-18 tahun dengan persentase 34,6% dan sebanyak 53 orang yang berumur 18-25 tahun dengan persentase 65,4%, dengan demikian santri yang berumur antara 18-24 tahun menjadi responden yang mayoritas.

4.2.3 Responden Berdasarkan Alamat Asal

Karakteristik responden berdasarkan alamat asal dapat dilihat pada tabel dibawah:

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat Asal

NO	ALAMAT	JUMLAH SAMPEL	PERSENTASE
1	Arongan Lambalek	9	11.1%
2	Bubon	6	7.4%
3	Darul Makmur	1	1.2%
4	Johan Pahlawan	3	3.7%
5	Kaway XVI	4	4.9%

6	Madat	1	1.2%
---	-------	---	------

Tabel 4.3 - Lanjutan

7	Panga	3	3.7%
8	Samatiga	7	8.6%
9	Seunagan	1	1.2%
10	Teunom	1	1.2%
11	Woyla	23	28.4%
12	Woyla Barat	4	4.9%
13	Woyla Timur	18	22.2%
14	Total	81	100%

Sumber: SPSS 25 Data diolah (2023).

Berdasarkan data pada tabel 4.3 di atas terdapat 13 kecamatan/kota yang berbeda dari para responden, terlihat bahwa mayoritas daerah asal santri yang mengisi kuesioner adalah berasal dari kecamatan Woyla sebesar 28.4%, diikuti dari daerah Woyla Timur sebesar 22.2% dan Arongan Lambalek sebesar 11.1%, kemudian kecamatan Samatiga sebesar 8.6%, Bubon sebesar 7.4%, Woyla Barat, Kaway XIV dan Teunom sebesar 4.9%, Pangan dan Johan Pahlawan sebesar 3.7%, Seunagan, Madat, dan Darul Makmur masing-masing sebesar 1,2%.

4.3 Hasil Jawaban Responden

4.3.1 Variabel Pengetahuan

Tabel 4.4
Hasil Jawaban Responden Variabel Pengetahuan

No	Pernyataan	Hasil Jawaban (%)				
		STS	TS	RR	S	SS
1	Saya mengetahui beberapa nama bank syariah	8,6	7,4	35,8	32,1	16,0
2	Saya mengetahui bahwa bank syariah menerapkan sistem bagi hasil bukan sistem bunga	17,3	12,3	45,7	12,3	12,3
3	Bank syariah adalah bank yang beroperasi sesuai dengan hukum islam seperti Al-Quran, Hadis dan Ijmak para ulama	16,0	25,9	39,5	7,4	11,1
4	Bank syariah di awasi oleh DPS (Dewan Pengawas Syariah) yang bertugas mengawasi operasional bank syariah	8,6	19,8	32,1	25,9	13,6
5	Saya mengetahui bahwa transaksi di bank syariah menggunakan akad-akad syariah (Mudharabah, wadiah, musyarakah, ijarah, murabahah dan lain-lain)	14,8	24,7	39,5	13,6	7,4
6	Di bank syariah terdapat Produk tabungan dengan menggunakan akad mudharabah dan wadiah	18,5	25,9	33,3	13,6	8,6
7	Di bank syariah terdapat Produk pembiayaan menggunakan akad musyarakah dan mudharabah (bagi hasil)	21,0	32,1	23,5	16,0	7,4

Tabel 4.4 - Lanjutan

8	Di bank syariah terdapat Produk Pembiayaan menggunakan akad murabahah (jual beli)	25,9	28,4	23,5	18,5	3,7
9	Di bank syariah terdapat Produk pembiayaan menggunakan akad ijarah (sewa menyewa)	24,7	25,9	25,9	13,6	9,9
10	Di bank syariah terdapat produk jasa menggunakan akad wakalah (pembayaran telepon, listrik dan lain-lain)	22,2	21,0	28,4	16,0	12,3

Sumber: SPSS 25 Data diolah (2023).

Dari tabel 4.4 diatas terlihat bahwa dari 10 pernyataan terdapan jawaban dengan persentase tertinggi pada item nomor 2 dengan pernyataan “Saya mengetahui bahwa bank syariah menerapkan sistem bagi hasil bukan sistem bunga” dimana persentasenya mencapai 45,7% responden menjawab “ragu-ragu”, salah satu alasanya disebabkan oleh masih rendahnya pengetahuan santri akan sistem operasional bank syariah secara utuh, terlihat pada jawaban item nomor 5 dengan pernyataan “Saya mengetahui bahwa transaksi di bank syariah menggunakan akad-akad syariah (Mudharabah, wadiah, musyarakah, ijarah, murabahah dan lain-lain)” hanya sebesar 7,4% responden menjawab “sangat setuju”.

4.3.2 Variabel Sosialisasi

Tabel 4.5
Hasil Jawaban Responden Variabel Sosialisasi

No	Pernyataan	Hasil Jawaban (%)				
		STS	TS	RR	S	ST
1	Saya pernah membaca artikel tentang bank syariah melalui media online atau media cetak	11,1	12,3	46,9	19,8	9,9
2	Saya pernah mengikuti acara seminar tentang bank syariah	24,7	18,5	37,0	14,8	4,9
3	Sosialisasi tentang bank syariah dapat menambah pengetahuan saya tentang bank syariah	7,4	16,0	35,8	25,9	14,8
4	Saya mengetahui tentang produk bank syariah dari media online	11,1	18,5	35,8	22,2	12,3
5	Saya mengetahui tentang produk bank syariah dari seminar	12,3	35,8	29,6	14,8	7,4
6	Saya mengetahui bank syariah dari teman/saudara/keluarga	9,9	14,8	39,5	23,5	12,3
7	Terdapat promosi/iklan bank syariah di daerah saya	19,8	25,9	28,4	17,3	8,6
8	Saya sering membagi pengetahuan saya tentang bank syariah kepada teman/saudara/ keluarga	13,6	21,0	40,7	18,5	6,2
9	Bank syariah di daerah saya sering melakukan sosialisasi	22,2	18,5	42,0	16,0	1,2
10	Saya mendapatkan pengetahuan tentang bank syariah dalam proses belajar di pesantren	4,9	9,9	23,5	19,8	42,0

Sumber: SPSS 25 Data diolah (2023).

Pada tabel 4.5 terlihat bahwa dari 10 pernyataan terdapat jawaban dengan persentase tertinggi pada item nomor 1 dengan pernyataan “Saya pernah membaca artikel tentang bank syariah melalui media online atau media cetak” sebesar 46,9% menjawab “ragu-ragu”, ini menandakan bahwa tingkat sosialisasi perbankan syariah masih kurang khususnya di wilayah responden berada, ini juga terlihat pada persentase jawaban item nomor 9 dengan pernyataan “Bank syariah di daerah saya sering melakukan sosialisasi” hanya sebesar 1,2% responden menjawab “sangat setuju”.

4.3.3 Variabel Minat Santri

Tabel 4.6
Hasil Jawaban Responden Variabel Minat Santri

No	Pernyataan	Alternative Jawaban				
		STS	TS	RR	S	SS
1	Pengetahuan saya tentang bank syariah membuat saya berminat menggunakan produk bank syariah	4,9	7,4	43,2	28,4	16,0
2	Saya berminat menggunakan bank syariah karena rekomendasi dari teman/saudara/keluarga	7,4	13,6	40,7	25,9	12,3
3	Pengetahuan saya tentang prinsip dan akad yang digunakan bank syariah membuat saya berminat menggunakan bank syariah	7,4	13,6	35,8	27,2	16,0

Tabel 4.6 - Lanjutan

4	Saya berminat menggunakan bank syariah karena menggunakan sistem bagi hasil (bebas dari riba)	6,2	12,3	33,3	25,9	22,2
5	Saya berminat menggunakan bank syariah karena lebih amanah dalam mengelola dana nasabah	6,2	8,6	25,9	19,8	39,5

Sumber: SPSS 25 Data diolah (2023).

Pada tabel 4.6 terlihat bahwa dari 5 pernyataan terdapat jawaban dengan persentase terbesar pada item nomor 1 dengan pernyataan “Pengetahuan saya tentang bank syariah membuat saya berminat menggunakan produk bank syariah” sebesar 43,2% responden menjawab “ragu-ragu”, artinya dengan pengetahuannya yang sekarang para santri masih belum berminat sepenuhnya untuk menggunakan bank syariah. Namun terlihat salah satu alasan santri menunjukkan minatnya terhadap bank syariah terlihat pada jawaban item nomor 5 dengan pernyataan “Saya berminat menggunakan bank syariah karena lebih amanah dalam mengelola dana nasabah” sebesar 39,5% responden menjawab “sangat setuju”.

4.4 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

4.4.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk melihat kevalidan serta keabsahan data dalam setiap pertanyaan dalam kuesioner yang dibagikan kepada responden. Ketentuannya jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka item pertanyaan dinyatakan valid.

Dalam penelitian ini uji r_{hitung} dilakukan dengan menggunakan bantuan program SPSS. Untuk r_{tabel} dengan melihat *degree of freedom* ($df = n-2$ (n merupakan jumlah sampel yaitu 81), dengan tingkat alpha 5% maka didapatkan $r_{tabel} = 0,2185$.

Berikut adalah rincian tabel hasil uji validitas untuk setiap variabel yang digunakan dalam penelitian ini:

Tabel 4.7
Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Pengetahuan (X1)	X1.1	0,379	0,2185	Valid
	X1.2	0,698		Valid
	X1.3	0,754		Valid
	X1.4	0,767		Valid
	X1.5	0,847		Valid
	X1.6	0,873		Valid
	X1.7	0,889		Valid
	X1.8	0,823		Valid
	X1.9	0,762		Valid
	X1.10	0,771		Valid

Tabel 4.7 - Lanjutan

Sosialisasi (X2)	X2.1	0,537	0,2185	Valid
	X2.2	0,587		Valid
	X2.3	0,562		Valid
	X2.4	0,584		Valid
	X2.5	0,658		Valid
	X2.6	0,515		Valid
	X2.7	0,691		Valid
	X2.8	0,596		Valid
	X2.9	0,642		Valid
	X2.10	0,250		Valid
Minat (Y)	Y1.1	0,787	0,2185	Valid
	Y1.2	0,759		Valid
	Y1.3	0,821		Valid
	Y1.4	0,747		Valid
	Y1.5	0,800		Valid

Sumber: SPSS 25 Data diolah (2023).

Berdasarkan tabel 4.7 terlihat bahwa setiap variabel pertanyaan memiliki nilai koefisien r hitung lebih besar daripada r tabel. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa uji validitas yang dilakukan menyatakan valid dan dapat digunakan sebagai item pengujian penelitian yang lebih mendalam.

4.4.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk melihat sejauh mana hasil pengukuran memiliki tingkat konsistensi yang stabil apabila pengukuran dilakukan secara berulang. Item kuesioner dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0,60. Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.8
Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Jumlah Item	Cronbach's Alpha	Keterangan
1	Pengetahuan (X1)	10	0,917	Reliabel
2	Sosialisasi (X2)	10	0,756	Reliabel
3	Minat Santri (Y)	5	0,841	Reliabel

Sumber: SPSS 25 Data diolah (2023).

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 4.8 terhadap reliabilitas kuesioner menghasilkan angka *Cronbach's Alpha* sebesar 0,917 untuk variabel pengetahuan, 0,756 untuk variabel sosialisasi dan 0,841 untuk variabel minat santri. Hal ini dapat dinyatakan bahwa semua pertanyaan dalam kuesioner teruji reliabilitasnya sehingga dinyatakan reliabel, karena nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60.

4.5 Hasil Uji Asumsi Klasik

4.5.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dimaksudkan untuk menguji apakah nilai residual yang telah distandarisasi pada model regresi berdistribusi normal atau tidak. Dengan ketentuan jika probabilitas $> 0,05$ maka distribusi dari model regresi adalah normal. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan uji normalitas data menggunakan *Test of Normality Kolmogorov-Smirnov* dan grafik p-plot dalam program SPSS dengan tingkat

signifikansi sebesar 5% atau 0,05. Hasil uji normalitas dapat dilihat pada tabel dibawah:

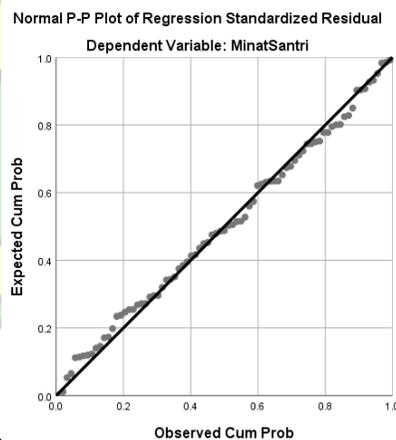
Tabel 4.9
Hasil Uji Normalitas Teknik *Kolmogorof Smirnov*

One-Sample Kolmogrov Smirnov Test		Keterangan
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,200	Data berdistribusi normal

Sumber: SPSS 25 Data diolah (2023).

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 4.9 dapat dilihat bahwa nilai signifikansi adalah sebesar 0,200 yaitu lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa data penelitian ini berdistribusi secara normal.

Gambar 4.1
Hasil Uji Normalitas Teknik grafik P-



Plot

Sumber: SPSS 25 Data diolah (2023).

Berdasarkan tampilan pada gambar 4.1 dapat dilihat grafik p-plot terlihat titik-titik mengikuti dan mendekati garis

diagonalnya sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi berdistribusi normal dan memenuhi asumsi normalitas.

4.5.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk melihat apakah terjadi korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas di dalam model regresi dapat dilihat dari nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF) dengan ketentuan *Tolerance Value* > 0.10 dan $VIF < 10$, maka tidak terjadinya multikolinieritas. Hasil uji normalitas dapat dilihat pada tabel dibawah:

Tabel 4.10
Hasil Uji Multikolinieritas

No	Variabel	Tolerance	VIF
1	Pengetahuan	0,783	1.277
2	Sosialisasi	0,783	1.277

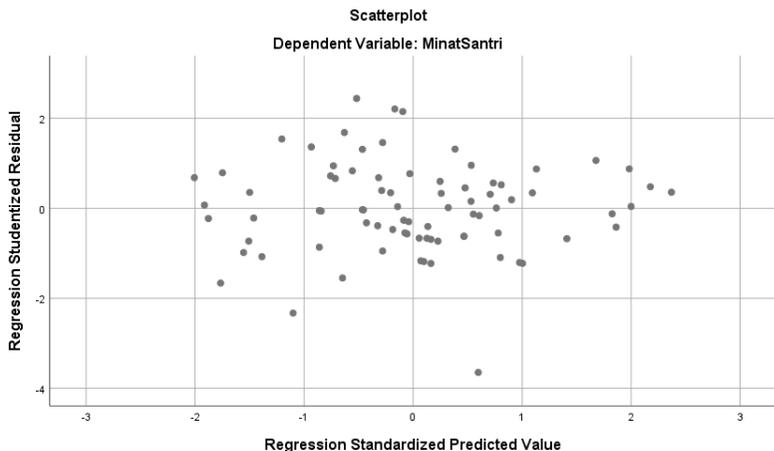
Sumber: SPSS 25 Data diolah (2023).

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 4.10 Dapat diketahui bahwa setiap variabel independen memiliki nilai *tolerance* $> 0,1$ dan nilai $VIF < 10$, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas dalam model regresi tersebut.

4.5.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *varians* dari *residual* satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas peneliti menggunakan *scatterplot* antara nilai prediksi variabel dependen yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID dan menggunakan uji *glejser*. Hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat dibawah ini:

Gambar 4.2
Hasil Uji Heteroskedastisitas Teknik *scatterplot*



Sumber: SPSS 25 Data diolah (2023).

Berdasarkan gambar 4.2 diatas dapat dilihat bahwa tidak terdapat pola teratur yang mencerminkan satu pola yang sistematis serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y sesuai dengan ketentuan pada uji heteroskedastisitas, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadinya heteroskedastisitas dalam mode regresi tersebut.

Kemudian dapat juga dilihat menggunakan uji *glejser* dengan ketentuan pengambilan keputusan adalah jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas. Berikut ini hasil uji heteroskedastisitas:

Tabel 4.11
Hasil Uji Heteroskedastisitas Teknik *Glejser*

No	Variabel	Sig.	Keterangan
1	Pengetahuan	0,065	Tidak terjadi Heteroskedastisitas
2	Sosialisasi	0,531	Tidak terjadi Heteroskedastisitas

Sumber: SPSS 25 Data diolah (2023).

Berdasarkan tabel 4.11 diatas menunjukkan bahwa nilai sigifikan dari setiap variabel lebih besar dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa pada setiap variabel tidak terjadi gejala heteroskedastisitas, sehingga model regresi yang baik dan ideal terpenuhi.

4.6 Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi berganda digunakan untuk menguji kebenaran hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini. Hasil analisis regresi linear berganda dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.12
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Costant)	6,612	2,056

	Pengetahuan	0,150	0,053
	Sosialisasi	0,215	0,075

Sumber: SPSS 25 Data diolah (2023).

Berdasarkan tabel 4.12 diatas diketahui nilai Constan (a) sebesar 6,612 sedangkan nilai X_1 dan X_2 masing-masing sebesar 0,150 dan 0,215 sehingga persamaan regresi dapat ditulis:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e \quad (4.1)$$

$$Y = 6,612 + 0,150(\text{pengetahuan}) + 0,215(\text{sosialisasi}) + e$$

Kemudian dari persamaan regresi diatas bisa diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Nilai konstan (a) adalah sebesar 6,612 yaitu bernilai positif maka menunjukkan variabel minat santri akan mengalami peningkatan sebesar 6,612 jika variabel pengetahuan dan sosialisasi diasumsikan tetap.
2. Nilai koefisien regresi X_1 sebesar 0,150, menyatakan bahwa setiap penambahan satu satuan nilai variabel pengetahuan maka akan meningkatkan minat santri menggunakan produk bank syariah sebesar 15,0%.
3. Nilai koefisien regresi X_2 sebesar 0,215, menyatakan bahwa jika variabel sosialisasi mengalami penambahan sebesar satu satuan maka akan meningkatkan minat santri menggunakan produk bank syariah sebesar 21,5%.

4.6.1 Uji Parsial (Uji t)

Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh secara signifikan antar variabel independen yaitu pengetahuan (X_1) dan sosialisasi (X_2) terhadap variabel dependen yaitu minat santri menggunakan produk bank syariah (Y) dengan ketentuan nilai Sig. $< \alpha$ 0,05 maka artinya variabel independen (X) secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependent (Y). berikut adalah hasil uji t:

Tabel 4.13
Hasil Uji Parsial (Uji-t)

No	Variabel	Sig.
1	Pengetahuan	0.006
2	Sosialisasi	0.005

Sumber: SPSS 25 Data diolah (2023).

Hasil yang di dapat sebagaimana pada tabel 4.13 diatas menunjukkan bahwa variabel pengetahuan dengan nilai sig. 0,006 lebih kecil daripada 0,05 maka H_{a1} diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa pengetahuan berpengaruh secara signifikan terhadap minat santri menggunakan produk bank syariah.

Kemudian terlihat variabel sosialisasi dengan nilai sig. 0,005 lebih kecil daripada 0,05 maka H_{a2} diterima, artinya bahwa sosialisasi berpengaruh secara signifikan terhadap variabel minat santri menggunakan produk bank syariah.

4.6.2 Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen, dengan ketentuan pengambilan keputusan jika nilai $\text{sig.} < 0,05$ maka artinya variabel independen berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen. Berikut adalah hasil uji simultan:

Tabel 4.14
Hasil Uji Simultan (Uji F)

Model	Sig.
Regression	0,000

Sumber: SPSS 25 Data diolah (2023).

Berdasarkan tabel 4.14 di atas dapat dilihat bahwa nilai signifikansi uji simultan yaitu $0,000 < 0,05$ maka H_0 diterima, yang artinya pengetahuan dan sosialisasi secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat santri menggunakan produk bank syariah.

4.6.3 Uji Koefisien Determinasi (Uji R^2)

Uji koefisien determinasi berguna mengukur seberapa jauh kemampuan variabel bebas dalam menerangkan variabel terikat. Koefisien determinasi yaitu bernilai antara 0 dan 1. Nilai R^2 yang mendekati 1 berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk mengetahui variasi variabel dependen. Hasil uji determinasi dapat dilihat pada tabel di bawah:

Tabel 4.15

Hasil Uji Determinasi (Uji R²)

Model	Adjusted R Square
1	0,264

Sumber: SPSS 25 Data diolah (2023).

Berdasarkan tabel 4.15 diperoleh hasil R² sebesar 0,264 atau 26,4%, ini menunjukkan bahwa variabel minat santri menggunakan produk bank syariah yang dapat dijelaskan oleh variabel pengetahuan dan sosialisasi perbankan syariah adalah sebesar 26,4%. Sedangkan sisanya sebesar 0,736 atau 73,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini, seperti religiusitas (Hartini, 2019), tingkat literasi (Nuraini, *et al* 2020), persepsi (Cahyani,2019), lokasi (Fitriana, 2020) dan lain lain.

4.7 Pembahasan

Dari hasil penelitian serta hasil pengolahan data yang telah peneliti uraikan di atas, maka pada sub bab ini peneliti akan menganalisis berdasarkan data yang telah dianalisa sebelumnya dengan menggunakan program SPSS.

4.7.1 Pengaruh Pengetahuan Terhadap Minat Santri Menggunakan Produk Bank Syariah

Hipotesis pertama (Ha₁) dalam penelitian ini adalah ada korelasi antara pengetahuan dengan minat santri menggunakan produk bank syariah. Dari hasil perolehan uji parsial (uji t) didapat nilai signifikansi variabel pengetahuan sebesar $0,006 <$

α 0,05, sehingga dapat disimpulkan H_{a1} diterima, yang berarti terdapat hubungan yang signifikan antara variabel pengetahuan dengan minat santri menggunakan produk bank syariah.

Kemudian hasil dari analisis koefisien linier berganda variabel pengetahuan sebesar 0,150 bernilai positif, yang artinya setiap penambahan satu satuan nilai variabel pengetahuan maka akan meningkatkan minat santri menggunakan produk bank syariah sebesar 15,0%.

Para santri pondok pesantren Ar-Raudhatun Nabawiyah memperoleh pengetahuan tentang perbankan syariah dari luar pesantren dan dari proses belajar di pesantren, seperti terlihat dari hasil penyebaran kuesioner 42,0% menjawab “sangat setuju” pada pernyataan “Saya mendapatkan pengetahuan tentang bank syariah dalam proses belajar di pesantren”, artinya para santri pesantren Ar-raudhatun Nabawiyah mereka memperoleh pengetahuan tentang bank syariah pada saat mereka mengikuti pelajaran dalam pesantren, baik itu pada saat mereka belajar tentang *fiqh muamalah* seperti pada pesantren umumnya atau pada sesi tanya jawab setelah para guru memberi pelajaran.

Pengetahuan para santri tentang bank syariah sangat terbatas, terlihat dari jawaban responden yang persentase tertinggi pada pernyataan mengetahui nama bank syariah saja sebesar 32,1% menjawab “setuju” kemudian di pernyataan

bank syariah menerapkan sistem bagi hasil bukan bunga terlihat sebesar 45,7% menjawab “ragu-ragu”, dan juga sama halnya dipernyataan perbankan syariah menggunakan akad-akad syariah dalam operasionalnya sebesar 39,5% juga menjawab “ragu-ragu”, artinya bahwa para santri masih belum sepenuhnya mengetahui bagaimana sistem operasional perbankan syariah.

Hasil ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Fauzy, *et al* (2019), yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif antara variabel pengetahuan santri tentang perbankan syariah (X) terhadap minat menabung di bank Syariah (Y).

Dengan demikian dengan semakin meningkatnya pengetahuan santri tentang perbankan syariah baik itu tentang produk-produk, prinsip-prinsip, sistem operasional maupun akad-akad yang terdapat dalam bank syariah maka akan membuat minat santri semakin meningkat untuk menggunakan produk bank syariah tersebut.

4.7.2 Pengaruh Sosialisasi Terhadap Minat Santri Menggunakan Produk Bank Syariah

Hipotesis kedua (H_{a2}) dalam penelitian ini adalah ada korelasi antara sosialisasi dengan minat santri menggunakan produk bank syariah. Dari hasil perolehan uji parsial (uji t) didapat nilai signifikansi variabel sosialisasi sebesar $0,005 < \alpha 0,05$, sehingga dapat disimpulkan H_{a2} diterima yang

artinya terdapat hubungan yang signifikan antara variabel sosialisasi dengan minat santri menggunakan produk bank syariah.

Kemudian hasil dari analisis koefisien linier berganda variabel sosialisasi sebesar 0,215 bernilai positif, yang artinya setiap penambahan satu satuan nilai variabel sosialisasi maka akan meningkatkan minat santri menggunakan produk bank syariah sebesar 21,5%).

Sosialisasi yang didapatkan oleh para santri dipondok pesantren Ar-Raudhatun Nabawiyah sebagian berasal dari media *online* maupun media cetak terlihat sebesar 19,8% menjawab “setuju” dan dari teman/saudara/keluarga sebesar 23,5% menjawab “setuju”, namun tentu saja angka tersebut sangatlah kecil akan tetapi jika dibandingkan dengan sosialisasi yang didapatkan dari pihak bank syariah jauh lebih kecil sebesar 1,2% menjawab “sangat setuju”. Hal ini disebabkan karena para santri di pesantren umumnya dilarang menggunakan *gadget* dan juga kurang mendapat informasi dari luar karena aturan yang tidak mengizinkan para santri keluar dari pesantren setiap saat. Hal ini menyebabkan sosialisasi yang digunakan oleh pihak bank syariah yang berupa iklan *offline* maupun *online* akan tidak efektif bagi para santri dipesantren.

Padahal sosialisasi tentang perbankan syariah dapat menambah pengetahuan santri tentang bank syariah, dari hasil

penyebaran kuesioner didapatkan hasil bahwa mayoritas responden setuju dengan adanya pemahaman terkait perbankan syariah sehingga membuat santri berminat untuk menggunakan produk bank syariah.

Hasil ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Silalahi, *et al* (2022), yang menyatakan bahwa sosialisasi membuat para siswa/siswi dan guru merasa senang karena dapat lebih paham mengenai produk-produk serta manfaat menabung di bank syariah. Sehingga minat siswa dapat meningkat.

Dengan demikian sosialisasi perlu dilakukan secara terus menerus dan efektif baik melalui media cetak ataupun media online, maupun dengan melibatkan kelompok elit masyarakat seperti pemerintah, tokoh agama dan tokoh masyarakat untuk meningkatkan pemahaman santri terhadap bank syariah. Semakin baik dan sering sosialisasi dilakukan pihak bank syariah maka minat santri menggunakan produk bank syariah akan semakin meningkat.

4.7.3 Pengaruh Variabel Pengetahuan dan Sosialisasi Terhadap Minat Santri Menggunakan Produk Bank Syariah

Hipotesis ketiga (H_{a3}) dalam penelitian ini adalah ada korelasi antara pengetahuan dan sosialisasi dengan minat santri menggunakan produk bank syariah. Dari hasil perolehan uji simultan (uji F) didapat nilai signifikansi sebesar $0,000 < \alpha$

0,05, sehingga dapat disimpulkan H_{a3} diterima yang artinya pengetahuan dan sosialisasi secara simultan atau bersama-sama mempengaruhi minat santri menggunakan produk bank syariah.

Hasil ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Aprilia (2020) menyatakan bahwa pengetahuan dan sosialisasi secara simultan atau bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung.

Dari hasil penelitian yang peneliti peroleh dengan pengetahuan yang ada pada para santri saat ini menunjukkan bahwa minat santri menggunakan produk bank syariah masih sangat rendah, sehingga sosialisasi dari pihak bank syariah sangat diperlukan agar bisa menambah pengetahuan para santri sehingga akan berdampak pada pertumbuhan minat santri menggunakan produk bank syariah.

Kemudian nilai koefisien determinasi (R^2) yang diperoleh sebesar 0,264 atau sebesar 26,4% artinya variabel pengetahuan dan sosialisasi berpengaruh sebesar 26,4% dan sisanya 73,6% dipengaruhi oleh variabel lain, seperti religiusitas (Hartini, 2019), tingkat literasi (Nuraini, *et al* 2020), persepsi (Cahyani, 2019), lokasi (Fitriana, 2020) dan lain lain.

BAB IV PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan yang berjudul pengaruh pengetahuan dan sosialisasi perbankan syariah terhadap minat santri menggunakan produk bank syariah (studi pada pondok pesantren Ar-Raudhatun Nabawiyah), maka peneliti telah berhasil menjawab rumusan masalah yang diajukan dengan kesimpulan yang meyakinkan bahwa:

1. Pengetahuan berpengaruh terhadap minat santri menggunakan produk bank syariah, dibuktikan dengan hasil uji t dimana nilai signifikan $0,006 < \alpha 0,05$.
2. Sosialisasi berpengaruh terhadap minat santri menggunakan produk bank syariah, dibuktikan dengan hasil uji t dimana nilai signifikan $0,005 < \alpha 0,05$.
3. Pengetahuan dan sosialisasi secara simultan atau bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap minat santri menggunakan produk bank syariah, dibuktikan dengan hasil uji F dimana nilai signifikan $0,000 < \alpha 0,05$.

Hasil uji koefisien determinasi (R^2) yang diperoleh sebesar 0,274, menyatakan variabel pengetahuan dan sosialisasi berpengaruh sebesar 26,4% terhadap variabel minat santri, sedangkan sisanya 73,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini, seperti religiusitas

(Hartini, 2019), tingkat literasi (Nuraini, *et al* 2020), persepsi (Cahyani,2019), lokasi (Fitriana, 2020) dan lain lain.

5.2 Saran

Berdasarkan penulisan penelitian ini, peneliti menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan di dalamnya. Oleh karena itu, peneliti memberikan saran agar mendapat gambaran sebagai bahan pertimbangan dan penyempurnaan penelitian selanjutnya yang terkait dengan penelitian serupa. Maka penulis menyarankan beberapa hal sebagai berikut:

1. Bagi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi fakultas ekonomi dan bisnis islam agar terus berkembang dan sebagai tambahan referensi bagi mahasiswa yang tertarik akan penelitian serupa.

2. Bagi praktisi perbankan syariah

Karena faktor variabel pengetahuan dan sosialisasi berpengaruh terhadap minat santri diharapkan kepada pihak bank syariah dapat mempertahankan dan agar dapat terus meningkatkan kepercayaan para santri pondok pesantren yang mayoritas memahami tentang prinsip ekonomi islam dengan terus meningkatkan sosialisasi sekaligus melakukan diskusi atau bertukar pendapat dengan para santri mengenai akad-akad syariah yang digunakan dalam operasional perbankan syariah

beserta produknya agar tidak menimbulkan persepsi yang keliru mengenai sistem operasional bank syariah.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan bagi peneliti selanjutnya yang tertarik melakukan penelitian serupa disarankan untuk bisa menambah variabel lain yang diduga memiliki pengaruh yang kuat terhadap minat santri seperti religiusitas, tingkat literasi, persepsi, lokasi dan lain-lain. Hal ini dikarenakan pada penelitian ini variabel bebas yang digunakan hanya mempengaruhi 26,4% terhadap variabel terikat sehingga masih terdapat banyak variabel bebas lainnya sebesar 73,6% yang mempengaruhi minat santri. Selain itu pembaruan teori, metode dan alat uji yang berbeda juga diharapkan pada penelitian yang akan datang beserta jumlah sampel yang digunakan bisa lebih banyak sehingga hasil penelitian yang didapatkan akan lebih akurat.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin. R. (2014). Persepsi Masyarakat Tentang Sosialisasi Bahaya Narkoba Di Kelurahan Sidomulyo Kecamatan Samarinda Ilir Kota Samarinda. *E-journal Ilmu Komunikasi*, 2(3). 294-308.
- Al-Quran Kemenag in Word.
- Aprilia, S. (2020). Pengaruh Pengetahuan Dan Sosialisasi Terhadap Minat Menabung Di Bank Sumsel Babel Syariah Cabang Palembang (Studi Mahasiswa Uin Raden Fatah Palembang). *Skripsi*. Palembang: UIN Raden Fatah.
- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian (Suatu Pendekatan Praktek)*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bawono, A. (2006). *Multivariate Analysis dengan SPSS*. Salatiga: STAIN Salatiga press.
- Bhuono, A. N. (2005). *Strategi jitu memilih metode statistik Penelitian dengan SPSS*. Yogyakarta: Penerbit Abdi.
- Budiman, R. (2013). *Kapita Selektakuisisioner Pengetahuan dan Sikap Dalam Penelitian Kesehatan*. Jakarta: Salemba Medika.
- Cahyani, S. I. (2019). Pengaruh Sosialisasi, Pengetahuan Dan Persepsi Santri Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Santri Pondok Pesantren Darul Falah Besongo Semarang Tahun 2018). *Skripsi*. Semarang: Universitas Islam Negeri Walisongo.
- Choirudin, M. (2015). Penyesuaian Diri: Sebagai Upaya Mencapai Kesejahteraan Jiwa. *Jurnal Hisbah*, 12(1).
- Daryanto. (2009). *Panduan Proses Pembelajaran Kreatif & Inovatif*. Jakarta: Publisher

- Dewi, F. P. (2019). Pengaruh Pengetahuan, Persepsi Produk Dan Pendapatan Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah Kota Salatiga Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating. *Skripsi*. Institut Agama Islam Negeri Salatiga.
- Dhofier, Z. (2011). *Tradisi pesantren: studi pandangan hidup kyai dan visinya mengenai masa depan Indonesia*. Jakarta: LP3ES.
- Fauzy, T.O., Purwadi, A., & Hakim, R. (2019). Analisis Pengetahuan Tentang Perbankan Syariah Santri Pondok Pesantren Al-Ittihad Mojokerto Dan Pengaruhnya Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 4(2), 181-206.
- Ghozali, I. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- . (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- . (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*. (Edisi ke-8). Cetakan ke VIII. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan. (2012). *Petunjuk Pelaksanaan Sosialisasi Terpadu*. Jakarta: Depdiknas.
- Haedari, A., Hanif, A., Masykur, A., & Adib, M. (2004). *Masa Depan Pesantren: Dalam Tantangan Modernitas Dan Tantangan Kompleksitas Global*. Jakarta: IRD Press.
- Halim, A. (2015). Perkembangan dan Prospek Perbankan Syariah Indonesia. *Jurnal Ikatan Ahli Ekonomi Indonesia*, 1(1), 1- 8.
- Hanurawan, F. (2015), *Psikologi Sosial Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Hariani. 2013. Analisis pengaruh bauran pemasaran terhadap minat beli konsumen menggunakan gas LPG

- Hasibuan, S. W., Daud, A., Afif, Y. K., Febryola, S, N., & Subhan. (2019). Pengaruh Pengetahuan Masyarakat Tentang Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Bank Syariah Mandiri Cabang Stabat. *Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 2(2), 225-233.
- Hidayatinaa. (2018). Pengaruh Sosialisasi Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Nasabah (Studi Kasus Pada Pt. Bank Aceh Syariah Cabang Lhokseumawe).
- Indriantoro, S. (2014). *Metodelogi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen*. Yogyakarta: BPFE.
- Jahja, Y. (2011). *Psikologi Perkembangan*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Juhaya, P. (2013). *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Pustaka Setia.
- Lestar, A. C. (1985). *Nafsiologi*. Jakarta: Integritas Press.
- Mubarak. (2010). *Promosi Kesehatan Seluruh Pengamatan Proses Belajar Mengajar dalam Pendidikan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Muhith, A. (2012). Sejarah Perbankan Syariah. *Jurnal Kajian dan Keislaman Pendidikan*, 1(2), 75.
- Munajim, A., Sukarnoto, T., Pratama, G., & Pratama, F.A. (2022). Pengaruh Persepsi Dan Religiusitas Santri Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus di Pondok Pesantren Tarbiyatul Banin). *Ecobankers: Journal of Economy and Banking*, 3(1), 14-21.
- Nizar, S. (2007). *Sejarah Sosial dan Dinamika Intelektual Pendidikan Islam di Nusantara*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

- Nuraini, P., Alfani, M.H., & Hamzah, Z. (2020). Literasi Produk Perbankan Syariah Bagi Guru Pondok Pesantren di Kota Pekanbaru. *Costing: Journal Of Economic, Business And Accounting*, 4(1), 317-325.
- Nurdin, Muhammad. 2004. *Kiat Menjadi Guru Profesional*. Yogyakarta: Prismsophie.
- Nurhasanah, F., Kurniawan, M. A., & Jalil, A. (2022). Pengaruh Pengetahuan Santri Mengenai Akad Wadiah Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Pondok Pesantren An Nur Bantul Yogyakarta). *Quranomic: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 1(1).
- Pausin, H.R. (2010). *Kepemimpinan Kyai Dan Kualitas Belajar Santri*. Sidoarjo: Qisthos Digital Press
- Philip, K. (2000). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Manajemen*. Jakarta: Prenhalindo.
- Putri, F. L. (2021). Analisis Faktor Sosialisasi Dan Edukasi Masyarakat Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menabung Di Bprs Muamalat Harkat Sukaraja. *Skripsi*. Bengkulu: Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.
- Ramadhanti, M.R. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Perbankan Syariah Menabung di Bank Syariah. *Jurnal Hukum, Administrasi Negara, Perbankan Syariah, Akuntansi*, 2(2).
- Rosyid, M., & Saidiah, H. (2016). Pengetahuan Perbankan Syariah dan Pengaruhnya terhadap Minat Menabung Santri Dan Guru. *Jurnal Islaminomic*, 7(2).
- Saleh, A. R. (2004). *Psikologi Suatu Pengantar*. Jakarta: Kencana.
- Santoso, S. (2012). *Panduan Lengkap SPSS Versi 20*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

- Sarmini, Titik, D., Agustina, D., & Marta, H., (2022). Sosialisasi Program Universitas Batam Ke Sekolah Menengah Atas (Sma) Islam Nabilah Batam. *Jurnal Pengabdian Ibnu Sina*, 1(2), 67-65.
- Setiadi, E. M., Hakam, K. A., & Effendi, R. (2013). *Ilmu Sosial Budaya Dasar*. (Edisi Ke-3). Jakarta: Kencana.
- Setiawati, Y. (2018). Pengaruh Sosialisasi Bank Syariah Terhadap Minat Masyarakat Memilih Bank Syariah Mandiri di Kabupaten Sarolangun. *Skripsi*. Jambi: Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin.
- Silalaahi, C. A. P., Silalahi, A. D., Sultani, D. I., Khalid, M., & Samio. (2022). Sosialisasi Bank Syariah Untuk Meningkatkan Minat Menabung Bagi Siswa Smks Setia Budi Binjai. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(4), 527-530.
- Sinaga, D. (2014). *Buku Ajar Statistik Dasar*. Jakarta: UKI Press.
- Slameto. (2003). *Belajar dan Faktor-faktor yang mempengaruhinya*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Soekanto. S. (2006). *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Soewadji, J. (2012). *Pengantar Metodologi Penelitian*, Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Sudarsono. (2012). *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*. (Edisi Ke-4). Yogyakarta: Ekonosia.
- Sudirman. (2001). *Interaksi dan Motivasi Belajar Mengajar*. Jakarta: Rajawali Press.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Sukanto M. M., & Hasyim, A. D. (1995). *Nafsiologi: refleksi analisis tentang diri dan tingkah laku manusia*. Surabaya: Risalah Gusti.
- Suliyanto. (2005). *Analisis Data dalam Aplikasi Pemasaran*, Bogor: Ghalia.
- Sumantri, M. S. (2015). *Strategi pembelajaran: teori dan praktik di tingkat pendidikan dasar*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sumariin. (2012). *Konsep Kelembagaan Bank Syariah*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sumarno, Nawawi, R., Darmawan, I., & Saeki, J. (2021). Pengaruh Pengetahuan Masyarakat Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Untuk Memilih Produk Bank Syariah. *Ecobankers: Journal of Economy and Banking*, 2(2), 75-79.
- Sumarwan, U., Daryanto, A., Achsan, N.A., Fahmi, I., Nuryartono, N., Lindiasari, P., ... Yoyo, T. (2014). *Metode riset Bisnis dan konsumen*. Bogor: IPB Press.
- Suriasumantri, S.J. (2006). *Ilmu dalam Perspektif Sebuah Kumpulan Karangan Tentang Hakekat Ilmu*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Suryabrata, S. (2002). *Psikologi Pendidikan*. Jakarta: PT Grafindo Perkasa Rajawali.
- Suryani & Hendryadi. (2016). *Metode Riset Kuantitatif Teori dan Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Sutaryo. (2004). *Dasar-Dasar Sosialisasi*. Jakarta: Rajawali Press.
- Tjipto, S. (2008). *Sosiologi*. Surakarta: BP-FKIP UMS.
- Usman, M.U. (2002). *Menjadi Guru Profesional*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

- Wahyuningtyas, T., & Sanjayawati, H. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Minat Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Produk Tabungan Islamic Banking (Ib) Hasanah Di Kcp Bni Syariah Kapanjen. *Jurnal Perbankan Syariah Darussalam (Jpsda)*, 2(1), 18-27.
- Wilardjo, S. B. (2005). Pengertian, Peranan Dan Perkembangan Bank Syari'ah di Indonesia. *Value Added*, 2(1).
- Wiroso. (2009). *Produk Perbankan Syariah*. Jakarta: LPEE Usakti.
- Zulchayra, Z., Azharsyah & Fitria, A. (2020). Pengaruh Sosialisasi Dan Pengetahuan Terhadap Minat Investasi Di Pasar Modal Syariah (Studi Pada Mahasiswa Di Banda Aceh). *Global Journal Of Islamic Banking And Finance*, 2(2).
- Zamakhsyari, L., Winami, D., & Wage. (2022). Pengaruh Pengetahuan Mahasiswa tentang Riba terhadap Minat Menabung di Bank Syariah. *Jurnal Sains Sosial dan Humaniora*, 6(2), 113-121.
- Zamzani, S. (2007). *Pengelolaan Pengembangan Diri di Sekolah*. Bandung: Sinergi Pustaka Indonesia.

LAMPIRAN

KATA PENGANTAR KUESIONER

Kepada:

Yth. Santriwan/i

Pondok Pesantren Ar-Raudhatun Nabawiyah

Di Mesjid Baro, Samatiga, Aceh Barat.

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Dengan hormat,

Dalam rangka menyelesaikan tugas akhir (skripsi) yang berjudul Pengaruh Pengetahuan dan Sosialisasi Perbankan Syariah Terhadap Minat Santri Menggunakan Produk Bank Syariah (Studi Pada Santri Pondok Pesantren Ar-Raudhatun Nabawiyah), maka saya bermaksud mengadakan penelitian. Oleh karena itu perkenankanlah saya meminta kesedian kepada santriwan/i pondok pesantren ar-raudhatun nabawiyah untuk memberikan jawaban melalui kuisisioner yang telah disediakan dengan jujur berdasarkan keadaan yang sesungguhnya.

Angket ini bukanlah suatu tes, jadi tidak ada jawaban benar atau salah. Jawaban yang paling baik adalah jawaban yang sesuai dengan keadaan dan pendapat yang saudara berikan akan terjamin kerahasiaannya.

Penelitian ini tidak akan berarti tanpa partisipasi dari saudara santriwan/i yang terhormat. Semoga partisipasi yang saudara

berikan dapat bermanfaat untuk kepentingan ilmu pengetahuan dan dapat membantu upaya meningkatkan pengetahuan tentang perbankan syariah.

Atas bantuan dan partisipanya saya ucapkan ribuan terima kasih. Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.



Banda Aceh, 08 Januari 2023

Hormat saya,

Darnil Muqaddas

(lanjutan)

1. Biodata Responden

Nama :

Umur :

Jenis Kelamin :

Alamat Asal :

2. Petunjuk Pengisian Kuesioner

Berilah tanda check list (✓) pada kolom untuk jawaban yang sesuai dengan keadaan anda sebenarnya. Terdapat lima (5) pilihan jawaban untuk menjawab kuesioner ini:

- Sangat Tidak Setuju (STS)
- Tidak Setuju (TS)
- Ragu-ragu (RR)
- Setuju (S)
- Sangat Setuju (SS)

3. Kuesioner

Variabel Pengetahuan (X1) جاء معرفة الراتر

No	Pernyataan	Alternative Jawaban				
		STS	TS	RR	S	SS
1	Saya mengetahui beberapa nama bank syariah					
2	Saya mengetahui bahwa bank syariah menerapkan sistem bagi hasil bukan sistem bunga					
3	Bank syariah adalah bank yang beroperasi sesuai dengan hukum islam seperti Al-Quran, Hadis dan Ijmak para ulama					

(lanjutan)

4	Bank syariah diawasi oleh DPS (Dewan Pengawas Syariah) yang bertugas mengawasi operasional bank syariah					
5	Saya mengetahui bahwa transaksi di bank syariah menggunakan akad-akad syariah (Mudharabah, wadiah, musyarakah, ijarah, murabahah dan lain-lain)					
6	Di bank syariah terdapat Produk tabungan dengan menggunakan akad mudharabah dan wadiah					
7	Di bank syariah terdapat Produk pembiayaan menggunakan akad musyarakah dan mudharabah (bagi hasil)					
8	Di bank syariah terdapat Produk Pembiayaan menggunakan akad murabahah (jual beli)					
9	Di bank syariah terdapat Produk pembiayaan menggunakan akad ijarah (sewa menyewa)					
10	Di bank syariah terdapat produk jasa menggunakan akad wakalah (pembayaran telepon, listrik dan lain-lain)					

(lanjutan)

Variabel Sosialisasi (X2)

No	Pernyataan	Alternative Jawaban				
		STS	TS	RR	S	ST
1	Saya pernah membaca artikel tentang bank syariah melalui media online atau media cetak					
2	Saya pernah mengikuti acara seminar tentang bank syariah					
3	Sosialisasi tentang bank syariah dapat menambah pengetahuan saya tentang bank syariah					
4	Saya mengetahui tentang produk bank syariah dari media online					
5	Saya mengetahui tentang produk bank syariah dari seminar					
6	Saya mengetahui bank syariah dari teman/saudara/keluarga					
7	Terdapat promosi/iklan bank syariah di daerah saya					
8	Saya sering membagi pengetahuan saya tentang bank syariah kepada teman/saudara/keluarga					
9	Bank syariah di daerah saya sering melakukan sosialisasi					
10	Saya mendapatkan pengetahuan tentang bank syariah dalam proses belajar di pesantren					

(lanjutan)

Variabel Minat menggunakan produk (Y)

No	Pernyataan	Alternative Jawaban				
		STS	TS	RR	S	SS
1	Pengetahuan saya tentang bank syariah membuat saya berminat menggunakan produk bank syariah					
2	Saya berminat menggunakan bank syariah karena rekomendasi dari teman/saudara/keluarga					
3	Pengetahuan saya tentang prinsip dan akad yang digunakan bank syariah membuat saya berminat menggunakan bank syariah					
4	Saya berminat menggunakan bank syariah karena menggunakan sistem bagi hasil (bebas dari riba)					
5	Saya berminat menggunakan bank syariah karena lebih amanah dalam mengelola dana nasabah					

Lampiran 2: Jawaban Kuesioner

No	Pengetahuan (X1)										Total	Sosialisasi (X2)										Total	Minat Santri (Y)					Total
	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10		X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	
1	5	3	3	5	3	4	4	4	4	4	39	5	1	3	3	2	4	2	1	1	5	27	3	3	3	3	4	16
2	5	3	3	5	3	4	4	4	4	4	39	5	1	3	3	2	4	2	1	1	5	27	3	3	3	3	4	16
3	4	2	1	4	2	2	1	2	2	2	22	1	1	2	2	2	4	2	1	1	2	18	2	2	2	4	3	13
4	3	5	5	5	5	5	5	4	5	5	47	3	5	5	5	5	4	4	3	3	5	42	5	5	4	5	5	24
5	4	5	5	4	4	3	5	4	4	4	42	4	4	5	3	4	3	5	4	5	3	40	3	4	5	3	5	20
6	4	2	3	4	5	4	4	4	5	5	40	3	1	4	4	2	4	4	2	2	1	27	5	2	5	2	5	19
7	3	2	3	4	4	3	3	4	4	1	31	1	5	3	4	2	2	4	3	1	1	26	5	4	5	1	2	17
8	5	3	5	5	3	5	4	1	5	5	41	3	1	1	5	2	4	1	4	4	4	29	4	4	3	3	3	17
9	3	5	5	5	5	5	4	4	3	5	44	3	5	5	5	5	4	4	3	3	5	42	5	5	4	5	5	24
10	3	5	5	5	5	5	5	4	5	5	47	3	5	4	5	2	5	5	1	3	5	38	5	4	3	5	5	22
11	4	4	5	4	3	4	2	4	1	5	36	4	4	4	2	4	5	1	2	1	5	32	3	4	4	5	5	21
12	4	5	5	4	3	4	3	5	4	3	40	3	4	5	5	4	4	5	4	3	4	41	4	5	4	3	5	21
13	3	3	4	5	4	3	4	5	5	5	41	4	4	3	5	3	3	4	1	2	3	32	5	5	5	5	5	25
14	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	28	4	3	2	3	4	3	2	3	4	3	31	1	2	3	4	5	15
15	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	34	3	4	4	3	4	18
16	3	3	4	3	3	3	2	3	3	3	30	3	3	3	4	3	3	2	3	2	3	29	3	3	2	3	2	13
17	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	3	3	3	3	3	15
18	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	4	4	4	4	5	21

(lanjutan)

19	3	4	3	3	3	3	4	3	4	4	34	3	1	4	3	4	4	3	4	3	3	32	3	3	3	4	5	18
20	4	3	3	3	3	4	4	3	5	3	35	4	3	4	4	4	3	3	3	3	2	33	3	3	4	5	4	19
21	2	1	2	4	3	4	4	5	2	4	31	2	4	2	4	5	4	5	5	1	2	34	1	1	1	1	1	5
22	1	1	2	2	1	2	1	2	1	4	17	1	4	1	5	3	1	1	4	3	5	28	1	1	3	2	5	12
23	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	3	3	3	3	1	13
24	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	36	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	35	3	3	4	4	4	18
25	2	4	2	3	4	5	4	2	2	1	29	3	2	2	2	2	3	4	2	3	5	28	3	2	2	5	4	16
26	1	1	1	4	1	1	1	1	4	4	19	1	1	4	1	1	4	4	4	2	2	24	1	1	1	2	1	6
27	1	1	3	3	3	1	2	2	5	5	26	3	3	3	1	5	3	3	1	2	4	28	3	3	1	1	5	13
28	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	31	3	3	3	4	3	3	2	3	2	3	29	3	4	3	3	3	16
29	5	5	3	3	4	3	5	4	5	5	42	4	2	5	4	4	2	5	5	4	3	38	5	5	5	5	5	25
30	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	31	1	2	5	3	5	4	2	2	3	3	30	5	5	1	1	3	15
31	4	2	4	4	4	5	5	2	3	4	37	2	3	4	5	1	3	5	4	2	3	32	4	2	5	1	3	15
32	3	3	3	4	2	2	1	3	3	3	27	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	33	4	4	4	4	4	20
33	4	3	1	4	2	3	3	3	3	3	29	4	1	4	4	2	2	2	3	3	5	30	3	1	3	3	3	13
34	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20	2	2	2	2	2	2	1	1	1	4	19	3	3	3	3	3	15
35	3	1	2	2	2	1	2	1	2	2	18	4	4	4	4	3	3	3	3	3	5	36	3	3	3	3	3	15
36	3	1	1	3	2	2	1	1	1	1	16	2	2	4	2	2	3	1	1	1	5	23	2	2	2	2	2	10
37	4	3	2	5	3	3	3	3	3	3	32	4	3	3	3	2	5	3	3	3	3	32	4	4	4	4	4	20

(lanjutan)

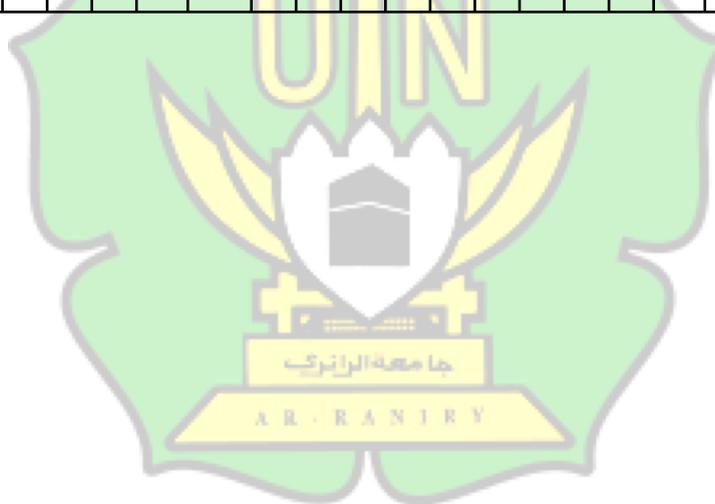
38	4	1	2	2	2	2	2	2	2	2	3	22	3	3	5	3	3	3	1	3	3	5	32	5	5	5	5	5	25
39	4	4	3	2	2	3	3	3	3	3	3	30	3	3	4	1	1	1	1	3	4	5	26	3	3	4	4	4	18
40	3	3	2	2	2	1	1	1	1	1	1	17	2	3	2	2	3	3	2	3	3	5	28	3	3	3	3	3	15
41	3	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	13	2	1	2	1	2	2	2	2	2	5	21	2	1	1	2	1	7
42	4	3	3	4	3	3	4	4	2	4	4	34	4	2	4	4	2	4	4	4	4	4	36	3	4	2	2	4	15
43	4	4	3	3	3	3	3	2	2	1	28	3	2	2	2	2	3	2	2	3	4	25	3	3	3	3	3	15	
44	1	3	4	4	4	3	3	4	4	4	34	3	3	2	3	1	1	1	3	3	5	25	3	3	3	5	2	16	
45	4	3	1	1	1	2	2	2	5	5	26	5	1	5	5	3	5	4	4	3	2	37	4	1	3	5	5	18	
46	5	5	3	4	4	4	4	4	4	4	41	5	3	5	3	3	5	4	5	4	5	42	5	5	5	5	5	25	
47	5	1	1	1	1	1	1	1	1	1	14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	3	3	3	3	3	15	
48	3	4	5	4	4	3	3	3	3	3	35	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	40	4	2	3	4	5	18	
49	1	1	1	3	2	2	2	1	1	1	15	1	1	2	2	2	1	2	2	2	2	17	3	3	3	3	3	15	
50	4	3	3	5	5	5	5	5	3	5	43	2	3	3	3	3	3	3	3	3	5	31	5	4	4	4	4	21	
51	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	45	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	4	5	4	5	5	23	
52	3	3	3	1	1	1	1	1	1	1	16	3	1	1	5	3	5	4	1	4	4	31	2	2	2	2	2	10	
53	2	2	2	3	3	1	1	1	1	2	18	3	3	3	3	3	3	3	3	2	5	31	5	5	5	5	5	25	
54	3	3	3	2	2	2	2	1	1	1	20	5	4	4	3	4	3	3	3	4	5	38	4	3	3	4	5	19	
55	4	3	3	3	3	2	2	2	2	2	26	3	1	1	1	3	2	1	2	1	3	18	4	4	4	4	4	20	
56	2	3	2	2	2	1	1	2	1	1	17	2	2	2	2	2	3	1	2	2	3	21	3	3	2	2	1	11	

(lanjutan)

57	3	3	2	4	3	2	3	2	2	2	26	4	1	4	4	2	3	1	3	1	5	28	4	3	5	5	5	22
58	4	1	2	2	1	1	2	2	2	2	19	3	2	1	1	1	1	1	1	1	5	17	2	2	2	5	5	16
59	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	21	5	1	3	2	2	2	3	5	3	5	31	3	3	3	3	3	15
60	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	13	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	4	4	4	4	4	20
61	5	3	3	3	2	2	2	2	2	2	26	1	2	3	3	2	2	2	3	3	5	26	4	4	4	4	5	21
62	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	4	3	5	3	3	5	3	4	3	5	38	3	3	5	4	5	20
63	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	25	2	2	4	1	2	2	2	2	2	5	24	4	3	3	3	5	18
64	5	3	3	5	3	3	2	2	2	2	30	4	3	3	4	3	3	3	3	3	5	34	4	4	5	4	5	22
65	4	3	3	3	2	2	1	1	1	1	21	3	3	2	2	5	5	5	5	4	4	38	4	3	3	3	5	18
66	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	22	3	3	3	3	2	2	2	2	3	4	27	4	4	4	5	5	22
67	4	2	2	2	2	1	2	1	3	3	22	3	4	3	3	3	3	3	3	3	5	33	3	3	3	3	3	15
68	4	1	2	4	1	2	2	1	1	1	19	3	3	3	2	2	4	2	3	1	5	28	4	3	4	3	5	19
69	4	4	2	3	3	2	2	1	1	1	23	2	3	3	2	2	1	3	2	2	4	24	3	3	3	3	3	15
70	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	32	4	3	5	5	3	3	2	1	1	4	31	4	4	5	5	5	23
71	5	3	2	3	2	2	1	1	1	2	22	3	2	2	2	1	1	1	2	1	2	17	2	2	2	2	2	10
72	2	3	3	2	2	1	1	1	1	1	17	1	1	3	1	1	3	1	1	1	4	17	3	3	2	2	2	12
73	5	5	3	4	4	4	3	3	3	3	37	4	2	5	4	2	3	2	4	1	4	31	5	3	4	4	4	20
74	3	3	2	4	3	3	2	2	2	2	26	3	2	4	3	2	4	1	2	2	2	25	3	4	4	4	4	19
75	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	26	3	3	3	3	2	2	2	2	2	4	26	4	2	3	4	3	16

(lanjutan)

76	4	1	1	2	3	3	2	2	2	3	23	3	2	3	2	3	2	3	4	3	5	30	3	3	4	4	4	18
77	5	2	2	2	1	1	2	3	3	3	24	5	1	1	4	1	5	3	3	3	3	29	3	3	4	4	5	19
78	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	26	3	1	4	1	1	4	4	4	3	5	30	5	5	5	5	5	25
79	3	3	1	1	1	2	1	1	1	1	15	1	1	3	3	1	3	2	2	1	1	18	3	3	1	3	3	13
80	4	4	3	5	3	3	2	1	1	3	29	3	1	4	4	2	4	1	3	1	1	24	4	4	2	3	3	16
81	5	5	1	4	3	3	3	3	3	3	33	5	4	3	4	4	3	3	3	3	5	37	3	3	3	3	3	15



Lampiran 3: karakteristik Responden

1. Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	60	74.1	74.1	74.1
	Perempuan	21	25.9	25.9	100.0
	Total	81	100.0	100.0	

2. Umur

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	12-16 tahun	12	14.8	14.8	14.8
	17-25 tahun	67	82.7	82.7	97.5
	26-30 tahun	2	2.5	2.5	100.0
	Total	81	100.0	100.0	

3. Alamat Asal

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Arongan Lambalek	9	11.1	11.1	11.1
	Bubon	6	7.4	7.4	18.5
	Darul Makmur	1	1.2	1.2	19.8
	Johan Pahlawan	3	3.7	3.7	23.5
	Kaway XVI	4	4.9	4.9	28.4
	Madat	1	1.2	1.2	29.6
	Panga	3	3.7	3.7	33.3
	Samatiga	7	8.6	8.6	42.0

(lanjutan)

Seunagan	1	1.2	1.2	43.2
Teunom	1	1.2	1.2	44.4
Woyla	23	28.4	28.4	72.8
Woyla Barat	4	4.9	4.9	77.8
Woyla Timur	18	22.2	22.2	100.0
Total	81	100.0	100.0	



Lampiran 4: Output SPSS Hasil Jawaban Responden

1. Variabel Pengetahuan (X1)

X1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	7	8.6	8.6	8.6
	2	6	7.4	7.4	16.0
	3	28	34.6	34.6	50.6
	4	27	33.3	33.3	84.0
	5	13	16.0	16.0	100.0
	Total	81	100.0	100.0	

X1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	14	17.3	17.3	17.3
	2	10	12.3	12.3	29.6
	3	37	45.7	45.7	75.3
	4	10	12.3	12.3	87.7
	5	10	12.3	12.3	100.0
	Total	81	100.0	100.0	

X1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	13	16.0	16.0	16.0
	2	21	25.9	25.9	42.0
	3	30	37.0	37.0	79.0
	4	8	9.9	9.9	88.9
	5	9	11.1	11.1	100.0
	Total	81	100.0	100.0	

(lanjutan)

X1.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	7	8.6	8.6	8.6
	2	16	19.8	19.8	28.4
	3	24	29.6	29.6	58.0
	4	22	27.2	27.2	85.2
	5	12	14.8	14.8	100.0
	Total		81	100.0	100.0

X1.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	12	14.8	14.8	14.8
	2	20	24.7	24.7	39.5
	3	31	38.3	38.3	77.8
	4	12	14.8	14.8	92.6
	5	6	7.4	7.4	100.0
	Total		81	100.0	100.0

X1.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	15	18.5	18.5	18.5
	2	21	25.9	25.9	44.4
	3	26	32.1	32.1	76.5
	4	12	14.8	14.8	91.4
	5	7	8.6	8.6	100.0
	Total		81	100.0	100.0

(lanjutan)

X1.7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	17	21.0	21.0	21.0
	2	24	29.6	29.6	50.6
	3	20	24.7	24.7	75.3
	4	14	17.3	17.3	92.6
	5	6	7.4	7.4	100.0
	Total		81	100.0	100.0

X1.8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	21	25.9	25.9	25.9
	2	21	25.9	25.9	51.9
	3	20	24.7	24.7	76.5
	4	15	18.5	18.5	95.1
	5	4	4.9	4.9	100.0
	Total		81	100.0	100.0

X1.9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	20	24.7	24.7	24.7
	2	19	23.5	23.5	48.1
	3	22	27.2	27.2	75.3
	4	11	13.6	13.6	88.9
	5	9	11.1	11.1	100.0
	Total		81	100.0	100.0

(lanjutan)

X1.10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	18	22.2	22.2	22.2
	2	15	18.5	18.5	40.7
	3	23	28.4	28.4	69.1
	4	14	17.3	17.3	86.4
	5	11	13.6	13.6	100.0
	Total		81	100.0	100.0

2. Variabel Sosialisasi (X2)

X2.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	9	11.1	11.1	11.1
	2	10	12.3	12.3	23.5
	3	36	44.4	44.4	67.9
	4	18	22.2	22.2	90.1
	5	8	9.9	9.9	100.0
	Total		81	100.0	100.0

X2.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	20	24.7	24.7	24.7
	2	15	18.5	18.5	43.2
	3	28	34.6	34.6	77.8
	4	14	17.3	17.3	95.1
	5	4	4.9	4.9	100.0
	Total		81	100.0	100.0

(lanjutan)

X2.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	6	7.4	7.4	7.4
	2	13	16.0	16.0	23.5
	3	29	35.8	35.8	59.3
	4	21	25.9	25.9	85.2
	5	12	14.8	14.8	100.0
	Total	81	100.0	100.0	

X2.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	9	11.1	11.1	11.1
	2	15	18.5	18.5	29.6
	3	27	33.3	33.3	63.0
	4	19	23.5	23.5	86.4
	5	11	13.6	13.6	100.0
	Total	81	100.0	100.0	

X2.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	10	12.3	12.3	12.3
	2	28	34.6	34.6	46.9
	3	24	29.6	29.6	76.5
	4	13	16.0	16.0	92.6
	5	6	7.4	7.4	100.0
	Total	81	100.0	100.0	

(lanjutan)

X2.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	7	8.6	8.6	8.6
	2	12	14.8	14.8	23.5
	3	32	39.5	39.5	63.0
	4	20	24.7	24.7	87.7
	5	10	12.3	12.3	100.0
	Total		81	100.0	100.0

X2.7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	16	19.8	19.8	19.8
	2	20	24.7	24.7	44.4
	3	23	28.4	28.4	72.8
	4	15	18.5	18.5	91.4
	5	7	8.6	8.6	100.0
	Total		81	100.0	100.0

X2.8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	12	14.8	14.8	14.8
	2	16	19.8	19.8	34.6
	3	33	40.7	40.7	75.3
	4	15	18.5	18.5	93.8
	5	5	6.2	6.2	100.0
	Total		81	100.0	100.0

(lanjutan)

X2.9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	18	22.2	22.2	22.2
	2	15	18.5	18.5	40.7
	3	35	43.2	43.2	84.0
	4	12	14.8	14.8	98.8
	5	1	1.2	1.2	100.0
	Total		81	100.0	100.0

X2.10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	4	4.9	4.9	4.9
	2	8	9.9	9.9	14.8
	3	21	25.9	25.9	40.7
	4	16	19.8	19.8	60.5
	5	32	39.5	39.5	100.0
	Total		81	100.0	100.0

3. Variabel Minat (Y)

Y1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	4	4.9	4.9	4.9
	2	6	7.4	7.4	12.3
	3	35	43.2	43.2	55.6
	4	22	27.2	27.2	82.7
	5	14	17.3	17.3	100.0
	Total		81	100.0	100.0

(lanjutan)

Y1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	6	7.4	7.4	7.4
	2	11	13.6	13.6	21.0
	3	33	40.7	40.7	61.7
	4	20	24.7	24.7	86.4
	5	11	13.6	13.6	100.0
	Total		81	100.0	100.0

Y1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	6	7.4	7.4	7.4
	2	11	13.6	13.6	21.0
	3	28	34.6	34.6	55.6
	4	22	27.2	27.2	82.7
	5	14	17.3	17.3	100.0
	Total		81	100.0	100.0

Y1.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	5	6.2	6.2	6.2
	2	10	12.3	12.3	18.5
	3	26	32.1	32.1	50.6
	4	21	25.9	25.9	76.5
	5	19	23.5	23.5	100.0
	Total		81	100.0	100.0

(lanjutan)

Y1.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	5	6.2	6.2	6.2
	2	7	8.6	8.6	14.8
	3	20	24.7	24.7	39.5
	4	16	19.8	19.8	59.3
	5	33	40.7	40.7	100.0
	Total		81	100.0	100.0



Lampiran 5: Output SPSS Uji Validitas

1. Variabel Pengetahuan (X1)

		Correlations										Total
		X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	
X1.1	Pearson Correlation	1	.348**	.138	.243*	.142	.275*	.259*	.170	.166	.144	.370**
	Sig. (2-tailed)		.001	.219	.029	.205	.013	.019	.129	.139	.200	.001
	N	81	81	81	81	81	81	81	81	81	81	81
X1.2	Pearson Correlation	.348**	1	.608**	.439**	.599**	.565**	.532**	.484**	.377**	.324**	.689**
	Sig. (2-tailed)	.001		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.003	.000
	N	81	81	81	81	81	81	81	81	81	81	81
X1.3	Pearson Correlation	.138	.608**	1	.559**	.693**	.627**	.592**	.568**	.491**	.533**	.763**
	Sig. (2-tailed)	.219	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	81	81	81	81	81	81	81	81	81	81	81
X1.4	Pearson Correlation	.243*	.439**	.559**	1	.725**	.713**	.617**	.581**	.482**	.549**	.774**
	Sig. (2-tailed)	.029	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	81	81	81	81	81	81	81	81	81	81	81
X1.5	Pearson Correlation	.142	.599**	.693**	.725**	1	.801**	.789**	.681**	.567**	.567**	.861**
	Sig. (2-tailed)	.205	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	81	81	81	81	81	81	81	81	81	81	81
X1.6	Pearson Correlation	.275*	.565**	.627**	.713**	.801**	1	.825**	.677**	.540**	.602**	.869**
	Sig. (2-tailed)	.013	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	81	81	81	81	81	81	81	81	81	81	81

(lanjutan)

X1.7	Pearson Correlation	.259*	.532**	.592**	.617**	.789**	.825**	1	.755**	.716**	.674**	.891**
	Sig. (2-tailed)	.019	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	81	81	81	81	81	81	81	81	81	81	81
X1.8	Pearson Correlation	.170	.484**	.568**	.581**	.681**	.677**	.755**	1	.656**	.689**	.827**
	Sig. (2-tailed)	.129	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	81	81	81	81	81	81	81	81	81	81	81
X1.9	Pearson Correlation	.166	.377**	.491**	.482**	.567**	.540**	.716**	.656**	1	.769**	.769**
	Sig. (2-tailed)	.139	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	81	81	81	81	81	81	81	81	81	81	81
X1.10	Pearson Correlation	.144	.324**	.533**	.549**	.567**	.602**	.674**	.689**	.769**	1	.781**
	Sig. (2-tailed)	.200	.003	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	81	81	81	81	81	81	81	81	81	81	81
Total X1	Pearson Correlation	.370**	.689**	.763**	.774**	.861**	.869**	.891**	.827**	.769**	.781**	1
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	81	81	81	81	81	81	81	81	81	81	81

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

(lanjutan)

2. Variabel Sosialisasi (X2)

		Correlations										Total
		X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	
X2.1	Pearson Correlation	1	.091	.250	.292**	.203	.321**	.184	.210	.295**	.238*	.542**
	Sig. (2-tailed)		.417	.025	.008	.069	.004	.101	.060	.008	.032	.000
	N	81	81	81	81	81	81	81	81	81	81	81
X2.2	Pearson Correlation	.091	1	.237	.358**	.531**	.064	.368**	.173	.285**	.175	.593**
	Sig. (2-tailed)	.417		.033	.001	.000	.569	.001	.123	.010	.117	.000
	N	81	81	81	81	81	81	81	81	81	81	81
X2.3	Pearson Correlation	.250	.237	1	.271*	.277	.287**	.323**	.271*	.162	.048	.556**
	Sig. (2-tailed)	.025	.033		.014	.012	.009	.003	.014	.148	.672	.000
	N	81	81	81	81	81	81	81	81	81	81	81
X2.4	Pearson Correlation	.292**	.358**	.271*	1	.306**	.329**	.371**	.235	.229*	-.133	.584**
	Sig. (2-tailed)	.008	.001	.014		.006	.003	.001	.035	.039	.237	.000
	N	81	81	81	81	81	81	81	81	81	81	81
X2.5	Pearson Correlation	.203	.531**	.277	.306**	1	.316**	.408**	.285**	.385**	.030	.663**
	Sig. (2-tailed)	.069	.000	.012	.006		.004	.000	.010	.000	.794	.000
	N	81	81	81	81	81	81	81	81	81	81	81
X2.6	Pearson Correlation	.321**	.064	.287**	.329**	.316**	1	.415**	.171	.179	-.094	.527**
	Sig. (2-tailed)	.004	.417	.007	.003	.006		.005	.171	.179	.094	.007
	N	81	81	81	81	81	81	81	81	81	81	81

(lanjutan)

	Sig. (2-tailed)	.004	.569	.009	.003	.004		.000	.126	.110	.404	.000
	N	81	81	81	81	81	81	81	81	81	81	81
X2.7	Pearson Correlation	.184	.368**	.323**	.371**	.408**	.415**	1	.453**	.466**	-.125	.691**
	Sig. (2-tailed)	.101	.001	.003	.001	.000	.000		.000	.000	.268	.000
	N	81	81	81	81	81	81	81	81	81	81	81
X2.8	Pearson Correlation	.210	.173	.271*	.235*	.285**	.171	.453**	1	.518**	-.011	.580**
	Sig. (2-tailed)	.060	.123	.014	.035	.010	.126	.000		.000	.924	.000
	N	81	81	81	81	81	81	81	81	81	81	81
X2.9	Pearson Correlation	.295**	.285**	.162	.229*	.385**	.179	.466**	.518**	1	.191	.650**
	Sig. (2-tailed)	.008	.010	.148	.039	.000	.110	.000	.000		.087	.000
	N	81	81	81	81	81	81	81	81	81	81	81
X2.10	Pearson Correlation	.238*	.175	.048	-.133	.030	-.094	-.125	-.011	.191	1	.241*
	Sig. (2-tailed)	.032	.117	.672	.237	.794	.404	.268	.924	.087		.030
	N	81	81	81	81	81	81	81	81	81	81	81
TotalX2	Pearson Correlation	.542**	.593**	.556**	.584**	.663**	.527**	.691**	.580**	.650**	.241*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.030	
	N	81	81	81	81	81	81	81	81	81	81	81

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

(lanjutan)

3. Variabel Minat Santri (Y)

		Correlations					
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Total
Y1.1	Pearson Correlation	1	.702**	.599**	.395**	.474**	.790**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	81	81	81	81	81	81
Y1.2	Pearson Correlation	.702**	1	.531**	.404**	.425**	.766**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	81	81	81	81	81	81
Y1.3	Pearson Correlation	.599**	.531**	1	.518**	.596**	.825**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	81	81	81	81	81	81
Y1.4	Pearson Correlation	.395**	.404**	.518**	1	.605**	.752**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	81	81	81	81	81	81
Y1.5	Pearson Correlation	.474**	.425**	.596**	.605**	1	.802**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	81	81	81	81	81	81
TotalY	Pearson Correlation	.790**	.766**	.825**	.752**	.802**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	81	81	81	81	81	81

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).



Lampiran 6: Output SPSS Uji Reliabilitas

1. Variabel Pengetahuan (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.919	10

2. Variabel Sosialisasi (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.757	10

3. Variabel Minat Santri (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.845	5

Lampiran 7: Output SPSS Uji Asumsi Klasik

1. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		81
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.74499378
Most Extreme Differences	Absolute	.059
	Positive	.043
	Negative	-.059
Test Statistic		.059
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

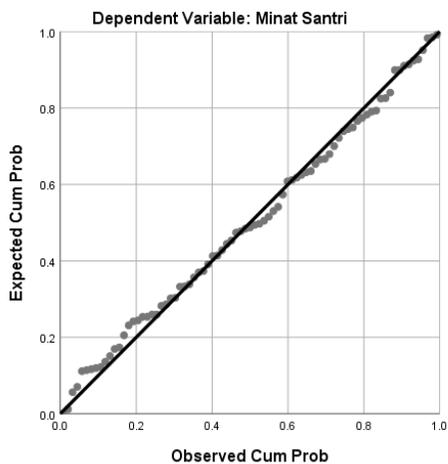
a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



(lanjutan)

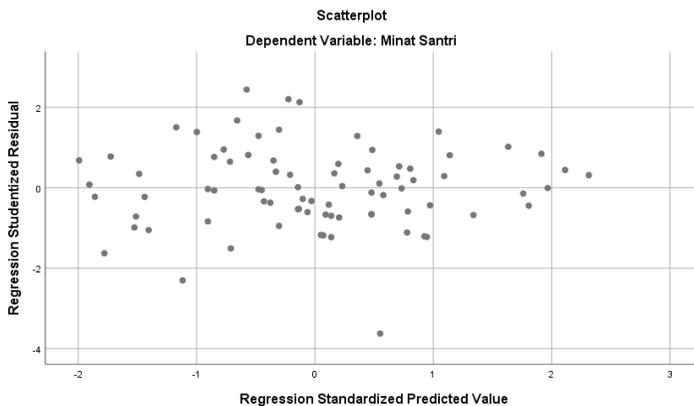
2. Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	6.544	2.067		3.166	.002		
Pengetahuan	.161	.052	.331	3.061	.003	.778	1.285
Sosialisasi	.209	.075	.299	2.772	.007	.778	1.285

a. Dependent Variable: Minat Santri

3. Hasil Uji Heteroskedastisitas



Lampiran 8: Output SPSS Analisis Data

1. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1 (Constant)	6.544	2.067		3.166	.002		
Pengetahuan	.161	.052	.331	3.061	.003	.778	1.285
Sosialisasi	.209	.075	.299	2.772	.007	.778	1.285

a. Dependent Variable: Minat Santri

2. Hasil Uji Simultan (uji F)

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	462.891	2	231.445	16.090	.000 ^b
Residual	1121.998	78	14.385		
Total	1584.889	80			

a. Dependent Variable: Minat Santri

b. Predictors: (Constant), Sosialisasi, Pengetahuan

(lanjutan)

3. Hasil Uji Parsial (uji t)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	6.544	2.067		3.166	.002		
Pengetahuan	.161	.052	.331	3.061	.003	.778	1.285
Sosialisasi	.209	.075	.299	2.772	.007	.778	1.285

a. Dependent Variable: Minat Santri

4. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.540 ^a	.292	.274	3.793	1.855

a. Predictors: (Constant), Sosialisasi, Pengetahuan

b. Dependent Variable: Minat Santri

Lampiran 9: r tabel

Tabel r untuk df = 75-90

DF = n-2	0,1	0,05	0,02	0,01	0,001
	r 0,005	r 0,05	r 0,025	r 0,01	r 0,001
75	0,1888	0,2242	0,2647	0,2919	0,3678
76	0,1876	0,2227	0,2630	0,2900	0,3655
77	0,1864	0,2213	0,2613	0,2882	0,3633
78	0,1852	0,2199	0,2597	0,2864	0,3611
79	0,1841	0,2185	0,2581	0,2847	0,3589
80	0,1829	0,2172	0,2565	0,2830	0,3568
81	0,1818	0,2159	0,2550	0,2813	0,3547
82	0,1807	0,2146	0,2535	0,2796	0,3527
83	0,1796	0,2133	0,2520	0,2780	0,3507
84	0,1786	0,2120	0,2505	0,2764	0,3487
85	0,1775	0,2108	0,2491	0,2748	0,3468
86	0,1765	0,2096	0,2477	0,2732	0,3449
87	0,1755	0,2084	0,2463	0,2717	0,3430
88	0,1745	0,2072	0,2449	0,2702	0,3412
89	0,1735	0,2061	0,2435	0,2687	0,3393
90	0,1726	0,2050	0,2422	0,2673	0,3375



Lampiran 10: Surat Pernyataan Telah Melakukan Penelitian



YAYASAN DAYAH PESANTREN
AR-RAUDHATUNNABAWIYAH
MESJID BARO
KECAMATAN SAMATIGA KABUPATEN ACEH BARAT
Sekretariat : komplek yayasan pesantren Jl. Reusak – Mesjid Baro Km. 0,5
E-mail : dayahmesjidbaro@gmail.com 0822-9874-3246

Nomor :002/SP/YP-ARN/1/2023

SURAT PERNYATAAN

Sekretaris Yayasan Dayah Pesantren Ar-Raudhatun Nabawiyah Desa Masjid Baro Kecamatan Samatiga Kabupaten Aceh Barat dengan ini menyatakan bahwa :

Nama/Nim : Darnil Muqaddas / 190603380
Universitas : UIN Ar-Raniry / Perbankan Syariah
Alamat Sekarang : Desa Pasi Janeng, Kecamatan Woyla Timur, Kabupaten Aceh Barat

Saudara yang namanya tersebut di atas benar telah melakukan penelitian di Yayasan Dayah Pesantren Ar-Raudhatun Nabawiyah pada tanggal 09 - 12 Januari 2023.

Demikianlah surat pernyataan ini kami buat, untuk dapat dipergunakan dengan semestinya.

Mesjid Baro, 12 Januari 2023

Sekretaris

Rizal Fahmi