

SKRIPSI
PENGARUH RELIGIOSITAS DAN FAKTOR SOSIAL
TERHADAP MINAT MASYARAKAT MENGGUNAKAN
PRODUK BANK SYARIAH DI KOTA BANDA ACEH



Disusun Oleh:

KHAIRANI RIZKA ZULAS
NIM. 160603150

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2020 /1442 H

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Khairani Rizka Zulas
NIM : 160603150
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 mempertanggung jawabkan.*
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 bertanggung jawab 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.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

جامعة الرانيري

A R - R A N I R Y

Banda Aceh, 30 Desember 2020

Yang Menyatakan,



Khairani Rizka Zulas

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI
SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Ar-Raniry Banda Aceh
Sebagai Salah Satu Beban Studi
Untuk Menyelesaikan Program Studi Perbankan Syariah

Dengan Judul:

**Pengaruh Religiositas Dan Faktor Sosial Terhadap Minat
Masyarakat Menggunakan Produk Bank Syariah Di Kota
Banda Aceh**

Disusun Oleh:

Khairani Rizka Zulas
NIM. 160603150

Disetujui untuk diseminarkan dan dinyatakan bahwa isi dan
formatnya telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan dalam
penyelesaian studi pada Program Studi Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Nilam Sari, M.Ag
NIP. 197103172008012207

T. Syifa F. Nanda, S.E., Ak., M.Acc
NIDN. 2022118501

Mengetahui

Ketua Program Studi Perbankan Syariah



Dr. Nevi Hasnita, S.Ag., M.Ag
NIP. 197711052006042003

LEMBAR PENGESAHAN HASIL SIDANG

Khairani Rizka Zulas

NIM. 160603150

Dengan Judul:

Pengaruh Religiositas dan Faktor Sosial Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Produk Bank Syariah Di Kota Banda Aceh

Telah Disidangkan Oleh Program Studi Strata Satu (S1) Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Lulus Serta Diterima Sebagai Salah Satu Beban
Studi Untuk Menyelesaikan Program Studi Strata Satu Bidang Perbankan
Syariah

Pada Hari/Tanggal: Rabu, 30 Desember 2020 M
15 Jumadil Awal 1442H
Banda Aceh

Tim Penilai Sidang Hasil Skripsi

Ketua,

Sekretaris,

Dr. Nilam Sari, M.Ag

NIP. 197103172008012207

T. Syifa F. Nanda, S.E., M.Acc., Ak

NIDN. 2022118501

Penguji I,

Penguji II.

Inayatillah, MA.Ek

NIP. 198208420140322002

Riza Aulia, S.E.I.Msc

NIP. 198801302018031001



Mengetahui

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

Dr. Zaki Fuad, M.Ag

NIP. 1964014192031003



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH
UPT. PERPUSTAKAAN

Jl. Syekh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh

Telp. 0651-7552921, 7551857, Fax. 0651-7552922

Web: www.library.ar-raniry.ac.id Email: library@ar-raniry.ac.id

FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Khairani Rizka Zulas

NIM : 160603150

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah

E-mail : ranizulas@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 KKKU Skripsi
yang berjudul:

**Pengaruh Religiositas Dan Faktor Sosial Terhadap Minat Masyarakat
menggunakan Produk Bank Syariah Di Kota Banda Aceh**

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 Desember 2020

Penulis

Khairani Rizka Zulas
NIM: 160603150

Pembimbing I

Dr. Milam Sari, M.Ag
NIP: 19710317008012207

Mengetahui

Pembimbing II

T. Syifa F. Wanda, S.E., M.Acc., Ak
NIDN: 2022118501

LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN

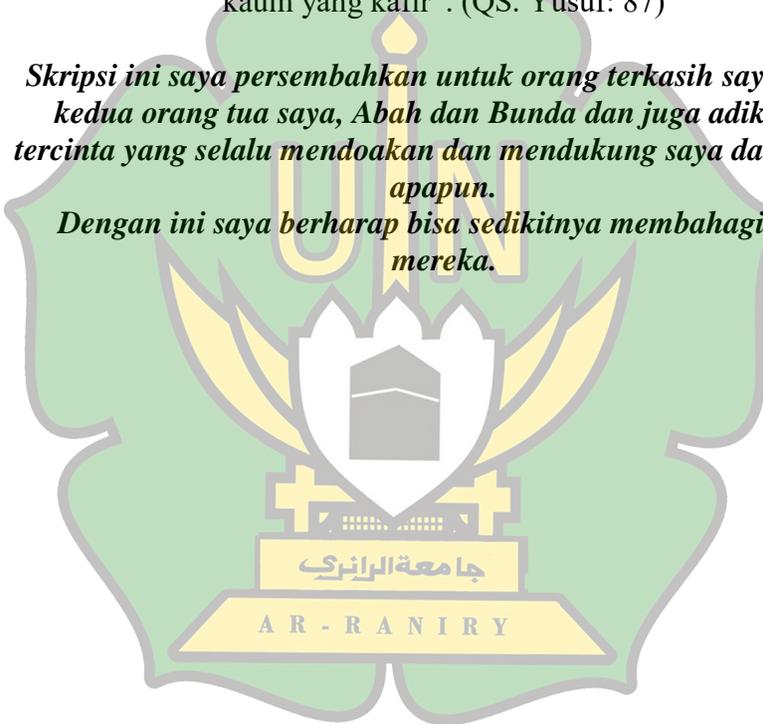
.....وَلَا تَأْسُوا مِن رَّوْحِ اللَّهِ إِنَّهُ لَا يَأْسُ مِن رَّوْحِ اللَّهِ إِلَّا الْقَوْمُ الْكَافِرُونَ ٨٧

And never give up hope of Allah's Soothing Mercy. Truly no one despairs of Allah's Soothing Mercy, except those who have no faith.

“... dan janganlah kamu berputus asa dari rahmat Allah. Sesungguhnya tiada berputus asa dari rahmat Allah, melainkan kaum yang kafir”. (QS. Yusuf: 87)

Skripsi ini saya persembahkan untuk orang terkasih saya, yaitu kedua orang tua saya, Abah dan Bunda dan juga adik-adik tercinta yang selalu mendoakan dan mendukung saya dalam segi apapun.

Dengan ini saya berharap bisa sedikitnya membahagiakan mereka.



KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puji dan syukur kehadirat ALLAH SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini, shalawat dan salam penulis persembahkan keharibaan Nabi besar Muhammad SAW yang telah membawa manusia dari alam kegelapan ke alam yang terang benderang seperti yang kita rasakan saat ini. Alhamdulillah dengan petunjuk dan hidayah-Nya, penulis telah selesai menulis sebuah skripsi untuk memenuhi dan melengkapi syarat-syarat guna mencapai gelar sarjana pada jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh, dengan judul “ Pengaruh Religiositas Dan Faktor Sosial Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Produk Bank Syariah (Studi Pada Masyarakat Kota Banda Aceh)”.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terwujud tanpa ada bantuan dari berbagai pihak yang berupa bimbingan, saran, dan arahan dalam bentuk morel dan materiel. Maka dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Dr. Zaki Fuad, M.Ag 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 Ayumiati SE., M.Si selaku sekretaris Program Studi Perbankan Syariah.
3. Muhammmad Arifin, Ph.D selaku ketua laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dan Penasehat akademik.
4. Dr. Nilam Sari, M.Ag selaku pembimbing I dan T. Syifa Fadrizha Nanda, SE., AK., M.Acc selaku pembimbing II yang telah sangat membantu memberikan waktu, masukan, saran dan ilmu dalam menyelesaikan karya tulis ini.
5. Para dosen serta staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
6. Kepada seluruh masyarakat Kota Banda Aceh yang telah membantu menyelesaikan penelitian ini.
7. Teristimewa untuk ayahanda Zulkarnain, SP dan ibunda Asmaul Husna, SP., S.Pd yang telah membesarkan dan mengasuh dengan cinta dan kasih sayang sepenuh hati yang tak henti-hentinya memberikan doa, nasehat, dukungan, semangat dan motivasi. Serta kedua adik saya cintai Lailatul Maghfirah Zulas dan Afifah Syahirah Zulas yang telah memberikan semangat dan dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi.
8. Sahabat saya Mardhiah, S.E dan Tita Fadliah yang telah memberi semangat kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Dan kepada teman seperjuangan yang berjuang sama-sama untuk meraih gelar SE Dini Afrina, Siti Raiyan, Nurchaliza, Jesi Wulandari, Arifa Azkia dan Dini Pangesti S.E

yang saling mendukung dan menyemangati penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

9. Teman-teman jurusan Perbankan Syariah angkatan 2016 beserta sahabat-sahabat yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi serta terima kasih kepada semua pihak yang terlibat dalam penulisan skripsi ini yang tidak mungkin disebutkan satu persatu.

Semoga segala bantuan yang diberikan akan menjadi amalan baik dan diberikan pahala. Penulis menyadari skripsi ini masih banyak kekurangan, maka dari itu kritik dan saran yang penulis harapkan. penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Amin.

Banda Aceh, 30 Desember 2020

Penulis,

A R - R A N I R Y

Khairani Rizka Zulas

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	Z
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	Z	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	D			

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
◌َ	<i>Fatḥah</i>	A
◌ِ	<i>Kasrah</i>	I
◌ُ	<i>Dammah</i>	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
◌ِ ي	<i>Fatḥah dan ya</i>	Ai
◌ِ و	<i>Fatḥah dan wau</i>	Au

Contoh:

كيف : *kaifa*

هول : *haua*

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 / اِي	<i>Fatḥah</i> dan <i>alif</i> atau <i>ya</i>	Ā
اِ / اِي	<i>Kasrah</i> dan <i>ya</i>	Ī
اُ / اِي	<i>Dammah</i> dan <i>wau</i>	Ū

Contoh:

قَالَ :qāla

رَمَى :ramā

قِيلَ :qīla

يَقُولُ :yaqūlu

4. *Ta Marbutah* (ة)

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua.

a. *Ta marbutah* (ة)hidup

Ta marbutah (ة)yang hidup atau mendapat harkat *fatḥah*, *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:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *rauḍah al-atfāl/ rauḍatul atfāl*

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

طَلْحَةُ : *Talḥah*

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: Ḥamad 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 : Khairani Rizka Zulas
NIM : 160603150
Fakultas/program studi : FEBI/ Perbankan Syariah
Judul` : Pengaruh Religiositas dan Faktor Sosial Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Produk Bank Syariah Di Kota Banda Aceh
Tanggal sidang : 30 Desember 2020
Tebal Skripsi : 139 Lembar
Pembimbing I : Dr. Nilam Sari, M.Ag
Pembimbing II : T. Syifa F. Nanda, SE., AK., M.Acc

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pemahaman masyarakat terkait bank syariah berdasarkan pengaruh religiositas dan faktor sosial terhadap minat masyarakat menggunakan produk bank syariah di Kota Banda Aceh. Metode yang digunakan pada penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan tergolong dalam penelitian asosiatif. Koesioner yang digunakan dalam penelitian ini berupa koesioner. Sampel dalam penelitian ini ditentukan menggunakan rumus slovin sebanyak 400 responden. Hasil parsial menunjukkan variabel religiositas berpengaruh signifikan dengan hasil diperoleh t hitung $> t$ tabel atau $15,355 > 1,971$ dan faktor sosial berpengaruh positif dengan hasil diperoleh t hitung $> t$ tabel atau $4,302 > 1,971$ terhadap minat masyarakat menggunakan produk bank syariah. Secara simultan variabel religiositas dan faktor sosial berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat masyarakat menggunakan produk bank syariah dengan nilai $0,499$ yang menunjukkan bahwa minat masyarakat dipengaruhi oleh variabel independen sebesar $49,9\%$ dan sisanya $50,1\%$ dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Religiositas, Faktor Sosial, Minat Masyarakat Menggunakan Produk Bank Syariah.

DAFTAR ISI

	Halaman
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	iii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI	iv
LEMBAR PENGESAHAN HASIL SIDANG	v
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN ...	xi
ABSTRAK.....	xv
DAFTAR ISI	xvi
DAFTAR TABEL	xix
DAFTAR GAMBAR	xx
DAFTAR LAMPIRAN.....	xxi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Sistematika Pembahasan.....	7
BAB II LANDASAN TEORI.....	9
2.1 Teori Religiositas.....	9
2.1.1 Sikap Religiositas	11
2.1.2 Indikator Religiositas.....	11
2.2 Faktor Sosial	13
2.2.1 Indikator Pengukuran Faktor Sosial	15
2.3 Minat	16
2.3.1 Pengertian Minat.....	16
2.3.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat ..	17
2.3.3 Tahapan Minat	17
2.4 Penelitian Terdahulu	17
2.5 Kerangka Pemikiran	20
2.5.1 Pengaruh Religiositas Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Produk Bank Syariah.....	20
2.5.2 Pengaruh Faktor Sosial Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Produk Bank	

Syariah	21
2.6 Hipotesis	23
BAB III METODE PENELITIAN.....	24
3.1 Jenis Penelitian	24
3.2 Pendekatan Penelitian	24
3.3 Lokasi Penelitian	25
3.4 Data dan Teknik Pemerolehannya	25
3.4.1 Jenis Data.....	25
3.4.2 Populasi dan Sampel.....	26
3.4.2.1 Populasi	26
3.4.2.2 Sampel.....	26
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	28
3.6 Skala Pengukuran	28
3.7 Variabel Penelitian.....	29
3.7.1 Variabel Independen (X)	30
3.7.2 Variabel Dependen (Y).....	30
3.8 Metode Analisis Data.....	31
3.9 Uji Instrumen Penelitian	32
3.9.1 Uji Validitas.....	32
3.9.2 Uji Reabilitas	32
3.10 Uji Asumsi Klasik.....	33
3.10.1 Uji Normalitas	33
3.10.2 Uji Multikolinieritas	33
3.10.3 Uji Heteroskedastisitas	33
3.11 Uji Regresi Linear Berganda	34
3.12 Pengujian Hipotesis	35
3.12.1 Uji t	35
3.12.2 Uji F.....	36
3.12.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	37
4.1 Hasil Penelitian.....	37
4.1.1 Gambaran Umum Responden.....	37
4.1.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat.....	37
4.1.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	38
4.1.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	39

4.1.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	40
4.1.1.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	40
4.1.2	Hasil Pengujian Instrumen.....	41
4.1.2.1	Uji Validitas.....	41
4.1.2.2	Uji Reabilitas	43
4.1.3	Persepsi Responden Terhadap Variabel Penelitian	45
4.1.3.1	Persepsi Responden Terhadap Religiositas	45
4.1.3.2	Persepsi Responden Terhadap Faktor Sosial	46
4.1.3.3	Persepsi Responden Terhadap Minat Masyarakat	47
4.1.4	Hasil Uji Asumsi Klasik	48
4.1.4.1	Hasil Uji Normalitas.....	48
4.1.4.2	Hasil Uji Multikolinieritas.....	49
4.1.4.3	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	50
4.1.5	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	51
4.1.5.1	Pengujian Hipotesis Parsial (Uji t) ...	51
4.1.5.2	Pengujian Hipotesis Simultan (Uji F)	53
4.1.5.3	Pengujian Hipotesis Determinasi (R ²).....	54
4.2	Pembahasan	55
4.2.1	Pengaruh Religiositas Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan produk Bank Syariah	55
4.2.2	Pengaruh Faktor Sosial Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan produk Bank Syariah	56
BAB V	PENUTUP	58
5.1	Kesimpulan	58
5.2	Saran	59
DAFTAR PUSTAKA		60
LAMPIRAN		68

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	18
Tabel 3.1 Pengukuran Skala Likert	29
Tabel 3.2 Operasional Variabel	30
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat.....	37
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	38
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	39
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	40
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan..	41
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas	43
Tabel 4.7 Hasil Uji Reabilitas.....	44
Tabel 4.8 Persepsi Responden Terhadap Religiositas	45
Tabel 4.9 Persepsi Responden Terhadap Faktor Sosial.....	46
Tabel 4.10 Persepsi Responden Terhadap Minat Masyarakat.	47
Tabel 4.11 One-Sample Kolmogrov-Smirov Test.....	49
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinieritas.....	50
Tabel 4.13 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	52
Tabel 4.14 Hasil Uji Simultan (ANOVA)	53
Tabel 4.15 Hasil Uji Keofisien Determinasi (R ²)	54



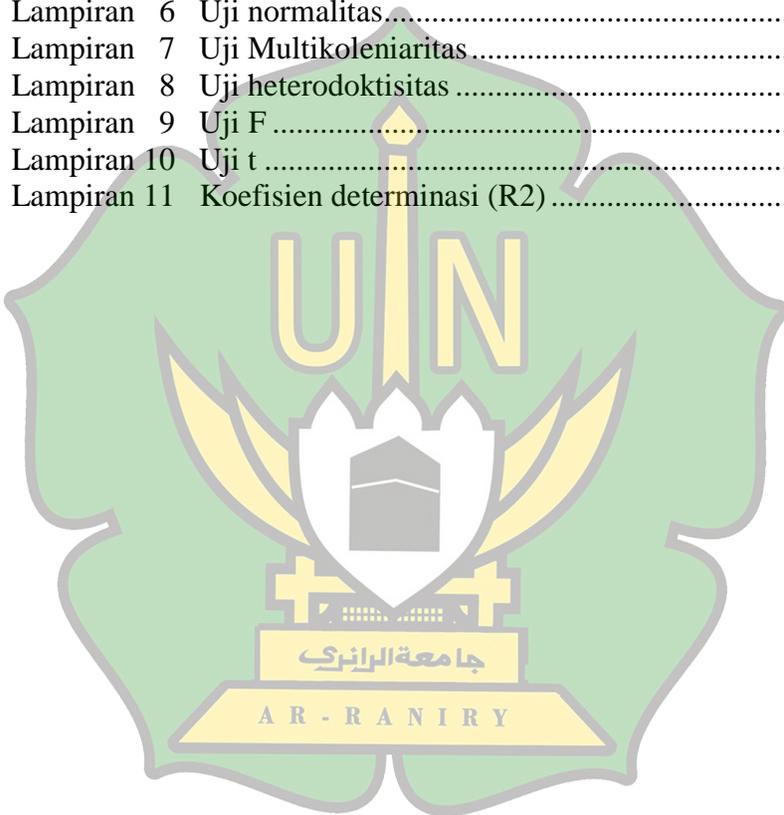
DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pikir	22
Gambar 4.1 Grafik Hasil Uji Normalitas (P-Plot).....	48
Gambar 4.2 Grafik Hasil Uji Heteroskedasitas	51



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Koesioner	68
Lampiran 2 Jawaban responden	71
Lampiran 3 Statistik deskriptif	112
Lampiran 4 Uji validitas	112
Lampiran 5 Uji Reabilitas.....	115
Lampiran 6 Uji normalitas.....	115
Lampiran 7 Uji Multikoleniaritas	116
Lampiran 8 Uji heterodoktisitas	116
Lampiran 9 Uji F	116
Lampiran 10 Uji t	117
Lampiran 11 Koefisien determinasi (R ²)	117



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Aceh merupakan provinsi yang mayoritas penduduk beragama Islam yang dikenal dengan julukan Serambi Mekkah. Aceh dianggap sebagai daerah dimulainya penyebaran Islam di Indonesia dan merupakan daerah yang memiliki peran penting dalam penyebaran Islam di Asia Tenggara. Pada awal abad ke-17, Kesultanan Aceh ialah negara terkaya, terkuat, dan termakmur di wilayah Selat Malaka. Sejarah Aceh dikenal sebagai daerah yang memiliki kebebasan politik dan penolakan keras terhadap kendali orang asing, termasuk bekas penjajahan Belanda dan pemerintah Indonesia. Jika dibandingkan dengan dengan provinsi lainnya, Aceh adalah wilayah yang sangat konservatif atau menjunjung tinggi nilai agama.

Potensi perkembangan perbankan syariah Islam provinsi Aceh didukung dengan adanya peraturan daerah dalam Qanun Aceh No. 8/2014 pasal 21 tentang pokok-pokok syariat Islam yang mengatur tentang lembaga keuangan syariah. Pertama, bahwa lembaga keuangan yang akan beroperasi di provinsi Aceh harus berlandaskan pada prinsip syariah. Kedua, lembaga keuangan konvensional yang sudah beroperasi di Aceh harus membuka Unit Usaha Syariah (UUS). Ketiga, transaksi keuangan pemerintahan di Aceh menggunakan prinsip syariah. Keempat, ketentuan lebih lanjut mengenai lembaga keuangan syariah akan diatur dalam Qanun Aceh (Acehprov, 2014). Aceh terdiri dari 23 (dua puluh

tiga) Kabupaten/Kota. Salah satunya adalah Kota Banda Aceh yang memiliki 9 kecamatan dan jumlah penduduk sebanyak 270.321 jiwa dengan mayoritas masyarakatnya beragama Islam dan bermata pencaharian sebagai pegawai negeri sipil, pegawai swasta, karyawan PTPN 1 (persero), pengusaha, pedagang, dan wiraswasta (BPS Kota Banda Aceh, 2019).

Mayoritas masyarakat Kota Banda Aceh berpenduduk Islam yaitu dengan total penduduk kurang lebih 222.582 jiwa yang memeluk agama islam yang dapat dijadikan peluang yang besar untuk mengembangkan Bank Syariah. *Marketshare* bank syariah di Aceh pada tahun 2019 mencapai 4,46% (ojk.co.id, 2019). *Marketshare* adalah bagian pasar yang dikuasai oleh suatu perusahaan, atau prosentasi penjualan suatu perusahaan terhadap total penjualan para pesaing terbesarnya pada waktu dan tempat tertentu. Jika suatu perusahaan dengan produk tertentu mempunyai *marketshare* 4,46%, maka dengan *marketshare* yang kurang dari 5% artinya minat masyarakat Aceh masih rendah dalam menggunakan bank syariah.

Menggunakan produk di Bank Syariah merupakan salah satu bentuk solusi terutama bagi umat Islam yang ingin menjalankan syariat yang telah diajarkan oleh agamanya dengan tidak menggunakan bunga dalam bertransaksi, karena yang ada hanyalah sistem bagi hasil. Dan dengan sistem ini masyarakat akan tertarik untuk menginvestasikan dananya pada bank syariah

tersebut dengan harapan akan mendapatkan *feedback* yang seimbang antara pihak bank maupun pihak nasabah.

Religiositas merupakan faktor yang menjadi pembentuk konsumen dalam menggunakan produk bank syariah. Religiositas seseorang diwujudkan dalam berbagai sisi kehidupannya. Aktivitas beragama bukan hanya terjadi ketika seseorang melakukan perilaku ritual (beribadah), tetapi juga ketika melakukan aktivitas lain yang didorong oleh kekuatan spiritual. Berdasarkan sikap ini maka manusia dalam melakukan suatu aktivitas sesuai dengan ketentuan agama, sesuai dengan perintah Tuhannya dengan tujuan mendapat keridhaan-Nya. Karenanya faktor agama adalah salah satu motivator penting untuk mendorong minat memakai dalam jasa bank syariah. Sebagian besar masyarakat di Kota Banda Aceh beragama Islam. Oleh sebab itu maka peneliti ingin meneliti sejauh mana faktor religiositas mempengaruhi minat beli seseorang pada produk bank syariah dengan sikap konsumen. Menurut Penelitian yang dilakukan Khotimah (2018) Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa religiositas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menabung di bank syariah, faktor agama adalah salah satu motivator penting untuk mendorong minat beli dalam jasa bank syariah.

Selain pengaruh religiositas, faktor sosial juga menjadi salah satu penyebab agar masyarakat menggunakan produk bank syariah. Faktor sosial adalah faktor yang dipengaruhi oleh lingkungan sekitar kita. Perilaku seorang konsumen juga

dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial seperti kelompok acuan (kelompok referensi), keluarga, serta peran status sosial. Kelompok acuan seseorang terdiri semua kelompok yang mempunyai pengaruh langsung (tatap muka) atau pengaruh tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang, seperti keluarga, teman, tetangga, dan rekan kerja (Wardani, 2017). Faktor sosial juga dapat mempengaruhi minat masyarakat kota Banda Aceh dalam menggunakan produk bank syariah. Para konsumen membuat keputusan mereka tidak dalam sebuah tempat yang terisolasi dari lingkungan sekitar. Perilaku konsumen sangat dipengaruhi oleh faktor sosial, faktor kebudayaan, pribadi dan psikologis. Sebagian faktor itu tak terkendalikan oleh pemasar, namun harus di perhitungkan (Kotler, 2009).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Hafasnuddin dan Zahri (2016) Masyarakat di Kota Banda Aceh masih banyak yang beranggapan bahwa menabung di bank syariah sama saja menabung di bank konvensional sehingga tidak heran masih banyak masyarakat yang enggan untuk menjadi nasabah, dan berinvestasi di bank syariah. Salah satu penyebab kurangnya minat masyarakat menggunakan produk bank syariah adalah kurangnya pemahaman masyarakat mengenai produk atau jasa yang ditawarkan oleh bank syariah dan prinsip dasar berinvestasi sesuai syariah. penelitian tentang pengaruh religiositas dan faktor sosial telah dilakukan oleh beberapa peneliti sebelumnya seperti Bellani (2017) dan Rochmah (2018) bahwa Pengaruh faktor sosial terhadap keputusan nasabah

memilih bank syariah berpengaruh signifikan secara parsial dan simultan, dan religiositas secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat kota Tangerang Selatan menabung di bank syariah. Berbeda dengan hasil penelitian yang diteliti oleh. Safaruddin (2014) dan Sarvina (2019) bahwa pengaruh religiositas tidak berpengaruh terhadap minat nasabah menabung , dan faktor sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih BNI syariah. Dari beberapa hasil penelitian yang telah diuraikan diatas terdapat kontradiksi antara penelitian sebelumnya sehingga mendorong penulis untuk melakukan pada masyarakat Kota Banda Aceh.

Berdasarkan latar belakang diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **“Pengaruh Religiositas dan Faktor Sosial Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Produk Bank Syariah Di Kota Banda Aceh”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan, dapat diambil rumusan masalah adalah sebagai berikut:

1. Apakah Religiositas berpengaruh terhadap minat masyarakat menggunakan produk bank syariah?
2. Apakah Faktor Sosial berpengaruh terhadap minat masyarakat menggunakan produk bank syariah?
3. Apakah Religiositas dan Faktor Sosial berpengaruh secara bersama-sama terhadap minat masyarakat menggunakan produk bank syariah?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh Religiositas terhadap minat masyarakat menggunakan produk bank syariah di Kota Banda Aceh.
2. Untuk mengetahui pengaruh faktor sosial terhadap minat masyarakat menggunakan produk bank syariah di Kota Banda Aceh.
3. Untuk mengetahui pengaruh Religiositas dan faktor sosial secara bersama-sama terhadap minat masyarakat menggunakan produk bank syariah di Kota Banda Aceh.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat bagi penulis
Untuk menambah pengetahuan dan ilmu mengenai pengaruh religiositas dan faktor sosial terhadap minat masyarakat menggunakan produk bank syariah di Kota Banda Aceh.
2. Manfaat bagi akademisi
Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi pembelajaran dan dapat menambah kontribusi bagi peneliti untuk mengetahui pengaruh religiositas dan faktor sosial terhadap minat masyarakat menggunakan produk bank syariah dan dapat membantu menambah pengetahuan masyarakat menggunakan produk bank syariah.

3. Manfaat bagi perbankan

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan ukur berkaitan dengan pengaruh religiositas dan faktor sosial terhadap minat masyarakat menggunakan produk bank syariah di Kota Banda Aceh.

1.5 Sistematika Pembahasan

Untuk menyampaikan pembahasan yang jelas tentang penelitian ini, maka disusunlah sistematika penulisan yang berisi informasi-informasi dan mengenai pembahasan setiap bab. Maka pembahasan ini akan diuraikan dengan sistematis sebagai berikut:

Bab I: Pendahuluan

Pada bab ini menjelaskan mengenai latar belakang penelitian, indentifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian serta sistematika pembahasan.

Bab II: Landasan Teori

Pada bab ini akan membahas tentang teori mengenai pengaruh religiositas, faktor sosial, minat dan produk bank syariah.

Bab III: Metode Penelitian

Pada bab ini akan membahas mengenai lokasi daerah penelitian dan waktu pelaksanaan penelitian, jenis dan sumber data, tehnik pengumpulan data dan tehnik analisis data.

Bab IV: Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pada bab ini akan membahas mengenai deskripsi objek penelitian, hasil analisis serta pembahasan secara mendalam tentang hasil temuan dan menjelaskan implikasinya.

Bab V: Kesimpulan dan Saran

Pada bab ini akan membahas mengenai keseluruhan pembahasan penelitian yang berisi kesimpulan dari pembahasan yang telah diuraikan atau dipaparkan sebelumnya dan saran. Pada bagian akhir berisi daftar pustaka (referensi).



BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Teori Religiositas

Kata religi berasal dari kata *religion* (Inggris) dan *religi* (Belanda) berasal dari kata induk dari kedua bahasa tersebut, yaitu bahasa Latin “*religio*” dari akar kata “*relegare*” yang berarti mengikat, dari istilah agama ini muncul apa yang dinamakan religiositas. Religiositas merupakan bentuk aspek religi yang telah dihayati oleh individu didalam hati. Makna religiositas digambarkan dalam beberapa aspek-aspek yang harus dipenuhi sebagai petunjuk mengenai bagaimana cara menjalankan hidup dengan benar agar manusia dapat mencapai kebahagiaan, baik di dunia dan akhirat. Islam adalah satu cara hidup yang dapat membimbing seluruh aspek kehidupan manusia dengan aqidah, syariah, dan akhlak (Adiwarman, 2018: 40).

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا ادْخُلُوا فِي السِّلْمِ كَآفَّةً وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوٰتِ الشَّيْطٰنِ
إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ ٢٠٨

Artinya: “*Hai orang-orang yang beriman, masuklah kamu ke dalam Islam keseluruhan, dan janganlah kamu turut langkah-langkah syaitan. Sesungguhnya syaitan itu musuh yang nyata bagimu*”. (Q.S Al-baqarah [2]: 208).

Menurut Sungkar (2010) religiositas yaitu sejauh mana seorang individu berkomitmen terhadap agama yang dianutnya,

seperti sikap dan perilaku seseorang mencerminkan ketaatan terhadap agamanya. Suka atau tidak suka konsumen sangat dipengaruhi oleh bagaimana keyakinan mereka terhadap ajaran agama yang dianutnya. Konsumen akan meninjau produk yang akan dibeli jika produk tidak melanggar atau bertentangan dengan ajaran agama yang dianutnya. Komitmen keagamaan mempengaruhi tujuan konsumen mengenai pola konsumsi, serta perilaku sosial mereka (Handayani, dkk, 2018). Aktifitas beragama tidak hanya ketika seseorang melaksanakan perilaku ritual (ibadah maghdah) tetapi dilakukan ke dalam kehidupan sosial kemasyarakatan (ibadah ghairu maghdah), termasuk praktek perbankan sebagai bagian dari muamalah ekonomi (Iskamto dan Yulihardi, 2017).

Bank Syariah tidak lepas dari Religiositas yaitu suatu keadaan yang ada didalam diri seseorang yang mendorong tingkah laku, sikap, dan tindakan sesuai ajaran agamanya. Religiositas merupakan suatu keyakinan dan penghayatan akan ajaran agama yang mengarahkan perilaku seseorang sesuai dengan ajaran agama yang dianutnya (Darto, 2016: 48). Sebagai kesediaan satu pihak untuk menerima risiko dari tindakan pihak lain berdasarkan harapan bahwa pihak lain akan melakukan tindakan penting untuk pihak yang mempercayainya, terlepas dari kemampuan untuk mengawasi dan mengendalikan tindakan pihak yang dipercaya (Jeniffer, 2014: 18). Minat seseorang menggunakan produk bank syariah harus adanya pengetahuan produk yaitu kumpulan dari

berbagai bentuk informasi terkait produk perbankan, kategori yang termasuk berupa merek produk (Muhyiddin, 2017).

Glock dan Stark (1970) terdapat lima dimensi yang digunakan dalam mengukur tingkat religiositas, yaitu:

1. Ideologis berhubungan dengan sejauh mana tingkat kepercayaan seseorang memahami kebenaran agamanya, seperti ajaran yang bersifat mendasar atau normatif.
2. Ritualistik berhubungan dengan sejauh mana ketaatan seorang individu dalam melaksanakan kegiatan ibadah seperti yang telah diperintahkan agamanya.
3. Eksperiensial berhubungan dengan sejauh mana seseorang merasakan pengalaman terhadap perasaan yang religius.
4. Intelektual berhubungan dengan sejauh mana pemahaman seseorang dalam memahami ajaran yang dituliskan pada kitab sucinya terhadap ketentuan agama.
5. Konsekuensi berhubungan dengan sejauh mana perilaku seseorang terhadap ketentuan-ketentuan agamanya yang sudah di ajarkan yang berhubungan dengan kehidupan duniawi.

2.1.1 Sikap Religiositas

Terdapat beberapa sikap religiositas yang tampak didalam diri seseorang dalam menjalankan tugasnya, di antaranya (Sahlan, 2011: 39-41):

1. Kejujuran merupakan rahasia untuk meraih sukses menurut mereka adalah berkata jujur.

2. Keadilan merupakan salah satu skill orang yang religious adalah mampu bersikap adil kepada semua pihak, bahkan saat ia terdesak sekalipun.
3. Bermanfaat bagi orang lain merupakan salah satu sikap yang tampak dari diri seseorang.
4. Rendah hati merupakan sikap tidak sombong mau mendengarkan pendapat orang lain dan tidak memaksakan gagasan atau kehendaknya.
5. Bekerja efisien ialah mereka yang memusatkan semua perhatiannya pada pekerjaan sat itu, begitu juga saat mereka mengerjakan pekerjaan selanjutnya.
6. Visi kedepan merupakan mereka yang mengajak orang kedalam angan-angannya. Kemudian menjabarkan begitu terinci, cara-cara untuk menuju kesana.
7. Disiplin tinggi merupakan kedisiplinan mereka tumbuh dari semangat penuh gairah dan kesadaran, bukan berangkat dari keharusan dan keterpaksaan.
8. Keseimbangan merupakan seseorang yang mempunyai sikap religiositas sangat menjaga keseimbangan hidupnya, kususnya empat aspek inti dalam kehidupannya, yaitu: keintiman, pekerjaan, komunitas dan spiritualitas.

2.1.2 Indikator Religiositas

Ada beberapa dimensi religiositas menurut (Glock dan Stark, 1970), yaitu:

a. Dimensi idiologis/ keyakinan

Yaitu yakin kepada Allah SWT, yakin akan Malaikat, yakin akan kitab-kitab Allah SWT, yakin akan Rasul dan nabi, yakin akan hari kiamat, dan yakin kepada qada dan qadar.

b. Dimensi ritualistik/ praktik

Yaitu melakukan shalat, berpuasa, naik haji (jika berkesanggupan), membaca Al-quran, dan berdoa.

c. Dimensi eksperensial/ pengalaman

Yaitu merasa aman dan tentram jika ia mendekatkan diri kepada Allah dan merasa dicintai dengan sering dikabulkan doanya.

d. Dimensi intelektual/ pengetahuan

Yaitu mengetahui isi dari Al-quran tentang apa saja kewajiban dan larangan yang harus ditaati. Mengetahui ajaran tentang ekonomi islam/ perbankan syariah.

e. Dimensi akibat/ konsekuensi

Yaitu saling membantu antar sesama, suka menegakkan keadilan, berlaku jujur, menjaga amanat dan menjauhi segala yang merusak moral atau yang dilarang dalam islam. Selalu mematuhi segala aturan-aturan dalam islam seperti budaya berpolitik dan berekonomi.

2.2 Faktor Sosial

Faktor sosial merupakan sekelompok orang yang sama-sama mempertimbangkan secara dekat persamaan di dalam status atau penghargaan komunitas yang secara terusmenerus

bersosialisasi di antara mereka sendiri baik secara formal dan informal (Lamb,2001:210). Faktor sosial adalah sekelompok orang yang mampu mempengaruhi perilaku individu dalam melakukan suatu tindakan berdasarkan kebiasaan. Faktor sosial ini terdiri dari kelompok referensi, keluarga peranan dan status. Yang dimaksud dengan kelompok referensi adalah kelompok yang secara langsung maupun tidak langsung mempengaruhi sikap dan perilaku seseorang. Para anggota keluarga juga dapat memberikan pengaruh yang kuat terhadap perilaku pembeli. Ada dua macam keluarga dalam kehidupan pembeli, yaitu keluarga sebagai sumber orientasi yang terdiri dari orang tua dan keluarga sebagai sumber keturunan, yaitu pasangan suami istri dan anaknya. Kedudukan seseorang dalam setiap kelompok dapat dijelaskan dalam pengertian peranan dan status. Setiap peran akan mempengaruhi perilaku pembelian seseorang (Anoraga, 2007:227).

Hubungan Faktor Sosial dengan keputusan pembelian. Setiap manusia dalam kehidupan sehari-harinya selalu bersosialisasi atau berhubungan dengan orang lain. Baik secara langsung maupun tidak langsung. Interaksi yang terjadi secara terus menerus dapat mempengaruhi perilaku pembeliannya. Faktor sosial merupakan sekelompok orang yang sama-sama mempertimbangkan secara dekat persamaan di dalam status atau penghargaan komunitas yang secara terus menerus bersosialisasi di antara mereka sendiri, baik secara formal dan informal (Lamb,2001:210). Tingkah laku konsumen juga dipengaruhi oleh

faktor-faktor sosial seperti kelompok referensi, keluarga, serta peran dan status sosial konsumen. Kelompok referensi memiliki pengaruh langsung (tatap muka) atau pengaruh tidak langsung pada sikap dan perilaku seseorang. Kelas sosial kadang-kadang berupa suatu sistem kasta dimana anggota dari kasta yang berbeda untuk peranan-peranan tertentu dapat mengubah keanggotaan kasta mereka, termasuk dalam pembelian suatu produk. Faktor sosial dapat dilihat dari hubungan dengan teman, keluarga dan orang tua dalam mempengaruhi keputusan pembelian. Semakin tinggi hubungan dengan teman, keluarga dan orang tua, maka semakin tinggi keputusan konsumen untuk melakukan pembelian.

2.2.1 Indikator Pengukuran Faktor Sosial

Dalam penelitian Purimahua (2005: 545) ada lima indikator yang digunakan dalam pengukuran faktor sosial sebagai berikut:

a. Sikap

Sikap adalah semua tindakan dan perbuatan yang bersifat evaluatif yang dimiliki oleh keyakinan seseorang terhadap apa saja yang berupa orang, objek atau peristiwa.

b. Perilaku

Perilaku adalah tindakan seorang individu atau kelompok dalam kegiatan yang didasari dari dalam diri seseorang yang memiliki arti yang sangat banyak.

c. Kebiasaan

Kebiasaan adalah kegiatan yang terus menerus dan berkesinambungan dilakukan sehingga akan menjadi bagian dari kehidupan seseorang.

d. Orang tua

Orang tua merupakan sosok terdekat dalam kehidupan yang telah mengajarkan arti kehidupan bagi seorang anak.

e. Kerabat dekat

Kerabat merupakan orang terdekat kedua setelah orang tua, yang berperan penting dalam kehidupan sosial seseorang.

2.3 Minat

2.3.1 Pengertian Minat

Secara bahasa minat adalah kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu, gairah, keinginan (KBBI, 2019). Menurut (saraswati, 2013) minat adalah kecenderungan rasa senang dan rasa tertarik yang tinggi terhadap suatu objek atau aktivitas yang timbul karena kebutuhan, dirasakan atau tidak dirasakan pada keinginan tertentu tanpa ada yang menyuruh dan adanya kecenderungan untuk mencari objek yang disukai tersebut. Minat dikenal sebagai suatu keputusan pemakaian atau pembelian jasa/produk (Sudian, Yenfi dan Marheni, 2017). Pengukuran minat dapat dilakukan melalui serangkaian daftar pertanyaan. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut maka semakin besar minat (Subhan dan Suryansyah, 2019). Maka dapat disimpulkan minat tidak didapatkan sejak lahir, tetapi diperoleh kemudian adanya rangsangan atau adanya suatu hal yang menarik terhadap sebab akibat yang menarik minat (Situmorang, dkk, 2014). Secara psikologis, tahapan perkembangan minat berlaku secara bertingkat dan mengikuti pola perkembangan individu itu sendiri, tingkat kedewasaan individu juga mempengaruhi perkembangan minat (Langkana, Soleh dan Budi, 2017).

2.3.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat

Untuk mengukur minat ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi minat menurut (Ferdinand, 2014), yaitu:

a. Minat transaksional.

Minat transaksional merupakan suatu keinginan individu terhadap barang yang cenderung selalu ingin dibeli/dipakai.

b. Minat referensial

Minat referensial adalah suatu tindakan seseorang yang melakukan tinjauan terhadap produk yang telah dibeli supaya orang lain juga akan terpengaruh dan ikut memiliki produk tersebut.

c. Minat preferensi

Minat preferensi adalah perilaku seseorang yang menunjukkan selera realistis terhadap suatu produk.

d. Minat eksploratif

Minat untuk menunjukkan tingkah laku individu mengumpulkan informasi tentang ketertarikan terhadap barang dan mengumpulkan data-data yang bersifat baik atau pasti dari barang tersebut.

2.3.3 Tahapan Minat

Menurut Masruroh (2015) ada beberapa tahapan minat yaitu:

1. Sebelum memilih harus mempunyai informasi yang akurat.
2. Sebelum memilih harus melalui pertimbangan yang intensif.
3. Memiliki keputusan.

2.4 penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu bertujuan untuk memperoleh bahan perbandingan dan menghindari kesamaan dengan peneliti lain.

Beberapa penelitian yang telah mendahului penelitian ini dan memiliki keterkaitan dengan penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama, Tahun, Judul Peneliti	Metode penelitian	Hasil Penelitian
1.	Khotimah (2018) Pengaruh Religiositas, Kepercayaan, Citra Perusahaan Dan Sistem bagi Hasil Terhadap Minat Nasabah Menabung dan Loyalitas Di Bank Mandiri Syariah (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Gresik)	Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah menggunakan pendekatan kuantitatif kausal, dengan menggunakan teknik non-probability sampling dengan accidental sampling dan selanjutnya teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Partial Least Square (PLS) dengan program WarpPLS 5.0.	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa religiositas, kepercayaan, citra perusahaan dan sistem bagi hasil berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menabung di Bank Syariah Mandiri.
2.	Bellani (2017) Pengaruh Religiositas, Kepercayaan, Pengetahuan Dan Lokasi Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Siswa SMA Negeri 1 Ambarawa)	Metode penelitian kuantitatif, menggunakan data primer dan sekunder yang bersifat deskriptif secara regresi linear berganda. Metode yang digunakan uji validitas, uji reabilitas. Data dalam penelitian ini menggunakan SPSS 24.	Variabel religiositas, kepercayaan, pengetahuan, dan lokasi secara simultan secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat Kota Tanggerang Selatan menabung di bank syariah.
3.	Safaruddin (2014) Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menabung Pada Tabungan Mudharabah di Bank Muamalat Cabang Balai Kota	Metode penelitian kuantitatif, menggunakan data primer dan sekunder yang bersifat deskriptif secara regresi linear berganda. Metode yang digunakan uji validitas, uji reabilitas. Data dalam penelitian ini menggunakan SPSS 24.	Variabel religiositas dan pelayanan tidak berpengaruh terhadap minat menabung. Dan variabel bagi hasil berpengaruh terhadap minat nasabah menabung

Lanjutan tabel 2.1

No	Nama, Tahun, Judul Peneliti	Metode penelitian	Hasil Penelitian
4.	Rochmah (2018) Pengaruh Faktor Sosial Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih BMT Madani Sebagai Media Pembiayaan	Metode penelitian yang digunakan kuantitatif dengan pendekatan asosiatif, teknik yang digunakan accidental sampling data penelitian ini merupakan data primer dan sekunder	Hasil penelitian yang didapat bahwa pengaruh faktor sosial terhadap keputusan nasabah memilih BMT MADANI berpengaruh signifikan secara parsial dan simultan sebagai media pembiayaan
5.	Sarvina (2019) Pengaruh Sosial, Budaya, Dan Psikologis Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah (Studi Pada BNI Syariah Cabang Banda Aceh)	Metode penelitian kuantitatif dengan menggunakan teknik probability sampling, sumber data yang digunakan merupakan data primer pengumpulan data dengan cara wawancara dan pengisian kuesioner dengan pengukuran menggunakan skala likert dengan jawaban satu sampai lima.	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa sosial dan budaya tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah, Sedangkan psikologis berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah. Dapat disimpulkan bahwa sosial, budaya, dan psikologis berpengaruh secara simultan terhadap variabel keputusan nasabah memilih BNI Syariah cabang Banda Aceh.

Sumber: data telah diolah (2020)

Berdasarkan tabel 2.1 diatas terdapat persamaan dan perbedaan penelitian penulis dengan penelitian sebelumnya, penelitian yang dilakukan oleh Khotimah (2018), Bellani (2017), dan Safaruddin (2014) terdapat persamaan dengan peneliti yaitu sama-sama meneliti tentang pengaruh religiusitas terhadap minat menggunakan produk bank syariah. Sedangkan terdapat perbedaan

dimana penelitian sebelumnya menggunakan variabel X yaitu kepercayaan, citra perusahaan, sistem bagi hasil, lingkungan sosial dan pengetahuan, sedangkan peneliti menambah variabel X yaitu faktor sosial. Kemudian terdapat perbedaan hasil penelitian dan lokasi penelitian yang peneliti lakukan dengan penelitian sebelumnya. Dan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Rochmah (2018) dan Sarvina (2019) juga terdapat persamaan yaitu sama-sama meneliti tentang faktor sosial terhadap keputusan menggunakan produk bank syariah. Dan perbedaan penelitian peneliti dengan penelitian Rochmah (2018) dan Sarvina (2019) yaitu hasil penelitian dan lokasi penelitian yang dilakukan.

2.5 Kerangka Pemikiran

Menurut Supardi (2005: 164) kerangka pemikiran merupakan bentuk dari penggambaran penyelesaian masalah peneliti dapat digambarkan dalam bentuk skema. Dari beberapa teori yang dibahas sebelumnya maka selanjutnya penguraian kerangka pemikiran yang akan membahas “ Pengaruh Religiositas dan faktor Sosial Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Produk Bank Syariah di Kota Banda Aceh”.

2.5.1 Pengaruh Religiositas Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Produk Bank Syariah

Religiositas seseorang diwujudkan dalam berbagai sisi kehidupannya. Aktivitas beragama bukan hanya terjadi ketika seseorang melakukan perilaku ritual (beribadah), tetapi juga ketika melakukan aktivitas lain yang didorong oleh kekuatan spiritual.

Sama halnya dengan pengaruh religius akan mempengaruhi setiap tindakan yang dilakukan oleh seseorang untuk mengharapkan ridho serta takut untuk melakukan dosa atau melakukan hal-hal yang dilarang dalam agamanya. Karenanya faktor agama adalah salah satu motivator penting untuk mendorong minat beli dalam memilih produk dan jasa pada bank syariah. biasanya seseorang memilih bank syariah dikarenakan takut dan ingin menghindari yang namanya riba. Sebagian besar masyarakat di Kota Banda Aceh beragama Islam. Para konsumen dapat memilih untuk menabung di bank konvensional ataupun di bank syariah, akan tetapi jika seseorang memiliki sedikit iman didalam hatinya terkhususnya umat beragama islam, orang tersebut akan lebih memilih menggunakan produk di bank syariah dikarenakan takut akan dosa dari riba, karena dalam islam sangat jelas larangan agar tidak terjermus kedalam dosa riba.

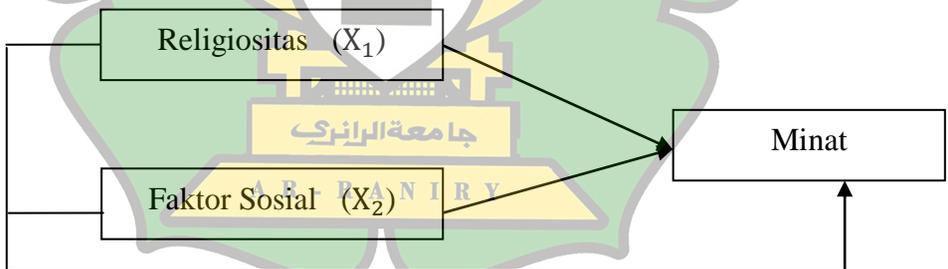
2.5.2 Pengaruh Faktor Sosial Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Produk Bank Syariah

Faktor sosial juga menjadi salah satu penyebab agar masyarakat menggunakan produk bank syariah. Faktor sosial adalah faktor yang dipengaruhi oleh lingkungan sekitar kita. Perilaku seorang konsumen juga dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial seperti kelompok acuan (kelompok referensi), keluarga, serta peran status sosial. Kelompok acuan seseorang terdiri semua kelompok yang mempunyai pengaruh langsung (tatap muka) atau

pengaruh tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang, seperti keluarga, teman, tetangga, dan rekan kerja (Wardani,2017) .

Manusia sebagai makhluk sosial yang tidak lepas dari bantuan orang lain atau adanya hubungan serta interaksi sesama manusia dalam hal kehidupan biasanya dalam mengambil keputusan atau ketika seseorang hendak melakukan sesuatu akan meminta pendapat orang lain yang dijadikan sebagai pertimbangan dalam mengambil keputusan. Begitu juga pengaruh faktor sosial terhadap minat masyarakat dalam menggunakan produk bank syariah. biasanya seseorang akan berkonsultasi dengan orang lain terkait minatnya untuk menggunakan produk dibank syariah (Yuniarti, 2017).

Adapun kerangka pemikiran yang akan disusun adalah sebagai berikut :



Sumber: Data diolah 2020

Gambar: 2.1 Kerangka Pikir

Keterangan:

1. Variabel dependen (terikat) ialah variabel mempunyai akibat adanya variabel bebas. Variabel dependen dalam penelitian ini

adalah masyarakat menggunakan produk bank syariah yang disebut sebagai (Y)

2. Variabel independen (bebas) ialah variabel yang menjadi sebab timbulnya variabel terikat. Variabel independen dalam penelitian ini adalah religiositas (X_1) dan faktor sosial (X_2).

2.6 Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara yang kebenarannya masih harus di uji, atau rangkuman kesimpulan teoritis yang diperoleh dari tinjauan pustaka (Martono, 2011:71). Dari judul penelitian ini terlihat bahwa ada tiga variabel yaitu pengaruh religiositas (X_1), faktor sosial (X_2) dan minat masyarakat menggunakan produk bank syariah (Y).

Adapun yang menjadi rumusan hipotesis dalam penelitian ini adalah:

- H_{a1} : Religiositas berpengaruh terhadap minat masyarakat kota Banda Aceh menggunakan produk bank syariah
- H_{a2} : Faktor sosial berpengaruh terhadap minat masyarakat kota Banda Aceh menggunakan produk bank syariah
- H_{a3} : Religiositas dan faktor sosial berpengaruh terhadap minat masyarakat kota Banda Aceh menggunakan produk bank syariah.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang di gunakan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang metodenya berlandaskan pada filsafat positivisme, yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengambilan sampel biasanya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat statistik bertujuan untuk mencoba hipotesis yang telah diterapkan (Sugiyono, 2012:13). Penelitian kuantitatif asosiatif merupakan metode untuk mengkaji bagaimana suatu variabel memiliki keerkaitan dengan variabel lain, atau apakah suatu variabel mejadi penyebab perubahan variabel (Juliandi, 2013:4). Variabel ini biasanya diukur dengan instrumen penelitian, sehingga data yang terdiri dari angka-angka dapat dianalisis berdasarkan prosedur statistik (Noor, 2011: 38).

3.2 Pendekatan Penelitian

Pada penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian lapangan (*fieldresearch*) yaitu penelitian yang dilakukan dengan cara mengumpulkan data dan informasi dengan cara mengamati secara langsung objek penelitian. Penelitian ini dilakukan pada objek yaitu masyarakat Kota Banda Aceh, alasan peneliti memilih objek penelitian adalah untuk mengetahui langsung dari

masyarakat Kota Banda Aceh, selain itu juga dapat mempermudah peneliti menjangkau lokasinya.

3.3 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Masyarakat Kota Banda Aceh yang memiliki beberapa kecamatan diantaranya Kecamatan Baiturrahman, Kecamatan Banda Raya, Kecamatan Jaya Baru, Kecamatan Kuta Alam, Kecamatan Kuta Raja, Kecamatan Lueng Bata, Kecamatan Meuraxa, Kecamatan Syiah Kuala dan Kecamatan Ule Kareng.

3.4 Data dan Teknik Pemerolehannya

3.4.1 Jenis Data

Sumber data yang diperoleh dalam penelitian ini adalah data primer yaitu data atau informasi yang diperoleh langsung dari hasil sumber utama berupa kuesioner yang dibagikan. Pada penelitian ini data diperoleh dari nasabah secara langsung dengan menggunakan instrumen kuesioner. Selain menggunakan data primer, penelitian ini juga menggunakan data sekunder. Data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung yaitu diperoleh dari penelitian jurnal, majalah, buku, data statistik maupun dari internet yaitu data pendukung berupa informasi dari nasabah yang menggunakan produk bank syariah di Kota Banda Aceh.

3.4.2 Populasi dan Sampel

3.4.2.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek/ subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2014: 115). Populasi pada penelitian ini adalah masyarakat Kota Banda Aceh, jumlah penduduk berdasarkan pusat statistik Aceh per Juni 2020 yaitu 270.321 jiwa. Jumlah penduduk laki-laki dan perempuan cukup berimbang, yang akan dijadikan populasi pada penelitian ini adalah masyarakat Kota Banda Aceh yang berusia 17-64 tahun karena sudah memenuhi syarat untuk menggunakan produk pada bank syariah (Pemko Banda Aceh, 2020).

3.4.2.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi dan harus bersifat representatif (mewakili) (Sugiyono, 2016:149). Metode penentuan banyaknya sampel dilakukan dengan menggunakan teknik *non probability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Dan metode *proportional stratified random sampling* yaitu teknik pengambilan sampel pada populasi yang heterogen dan berstrata dengan mengambil sampel dari tiap-tiap sub populasi secara acak atau serampangan.

Teknik pengambilan sampel secara *proportional stratified random sampling* dengan tujuan untuk memperoleh sampel yang

representatif untuk melihat populasi masyarakat kota banda aceh yang berstrata, yakni terdiri dari beberapa kecamatan yang heterogen (tidak sejenis). Sehingga peneliti mengambil sampel dari 9 kecamatan dan dari masing-masing kecamatan diambil wakilnya sebagai sampel. Penentuan sampel yang dicari dengan menggunakan rumus slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2} \dots\dots\dots (3.1)$$

Rumus 3.1 Ukuran Sampel Slovin

Keterangan:

n= Jumlah sampel yang dicari

N= Jumlah populasi

e= tingkat error (penulis menggunakan 5%)

$$n = \frac{197.991}{1 + 197,991(0,05)^2}$$

$$n = \frac{197.991}{1 + 494,977}$$

$$n = \frac{197,991}{495,977}$$

$$n = 399,19$$

Berdasarkan hasil pengukuran sampel menggunakan pendekatan Slovin didapatkan hasil jumlah sampel 399,19 dibulatkan menjadi 400 sampel.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini yaitu dengan tertulis disampaikan langsung pada responden menggunakan ialah kuesioner (angket) merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono,2014:199). Kuesioner dalam penelitian ini ialah kuesioner berstruktur, dengan demikian peneliti telah menyediakan alternatif jawaban untuk responden, sehingga responden hanya memberi tanda jawaban yang dipilih.

Koesioner ini terdiri dari bagian pengantar, petunjuk pengisian, jenis kelamin, serta bagian instrumen penelitian yang terdiri dari beberapa pertanyaan yang berkaitan dengan tanggapan responden mengenai religiositas dan faktor sosial dan minat.

3.6 Skala Pengukuran

Menurut Sugiyono (2012) skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif. Dalam penelitian ini instruemen yang digunakan adalah kuisioner, dan skala yang digunakan adalah skalaordinal. Skala ordinal adalah suatu skala dimana penomoran objek kategori dimulai dari tingkat terendah ke tingkat tertinggi atau sebaliknya (Siregar, 2013). Di karenakan data yang diperoleh adalah data ordinal, maka skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah

skala likert. Skala likert merupakan skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Peneliti memilih alternatif pilihan dalam skala likert terdiri dari sangat setuju, setuju, kurang setuju, tidak setuju, sangat tidak setuju.

Untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban itu dapat diberi skor seperti yang tertera pada tabel dibawah ini:

Tabel 3.1
Tabel Pengukuran Skala Likert

Keterangan	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Kurang Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Sugiyono (2016)

Skala likert akan di konfersikan ke dalam skala interval dengan menggunakan *method of successive interval* (MSI) dalam hal mempermudah persyaratan pengujian statistik parametrik.

3.7 Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. (Sugiyono, 2012). Variabel dalam penelitian ini terbagi dua, yaitu variabel independen dan variabel dependen.

3.7.1 Variabel Independen (X)

Menurut Sugiyono (2014) variabel independen atau bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen atau terikat. Pada penelitian ini variabel yang digunakan adalah Religiositas (X_1), dan Faktor sosial (X_2).

3.7.2 Variabel Dependen (Y)

Menurut Sugiyono (2016) variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Yang menjadi variabel dependen pada penelitian ini yaitu Minat menggunakan produk bank syariah (Y) yang dipengaruhi oleh variabel independen yaitu Religiusitas dan Faktor sosial.

Tabel 3.2
Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala Pengukuran
Religiositas (X_1)	Religiusitas diartikan sebagai sejauh mana seorang individu berkomitmen untuk agama yang dianutnya, seperti sikap dan perilaku individu mencerminkan komitmen (Sungkar, 2010).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ideologis/keyakinan 2. Ritualistik/praktik 3. Eksperiensial/pengalaman 4. Intelektual/pengertian 5. Konsekuensi 	Interval

Lanjutan Tabel 3.2

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala Pengukuran
Faktor Sosial (X ₂)	Pembagian kelompok masyarakat yang relatif permanen dan relatif teratur yang mana anggotanya memiliki nilai, minat, dan perilaku serupa (Kotler & Armstrong, 2007).	1. Sikap 2. Perilaku 3. Kebiasaan 4. Orang tua 5. Kerabat dekat Purinahua (2005: 545)	Interval
Minat (Y)	Kecenderungan hati seseorang terhadap suatu keinginan. sebagai suatu kondisi dimana seseorang memiliki perhatian yang sangat besar terhadap objek disertai dengan keinginan untuk mengetahui dan mempelajari hingga akhirnya membuktikan lebih lanjut tentang objek tersebut (Rahma, 2017: 26).	1. Pengetahuan 2. Pengalaman 3. Informasi	Interval

Sumber: Data Diolah (2020)

3.8 Metode Analisis Data

Metode analisis data merupakan serangkaian proses dalam rangka pengelompokan, membuat suatu urutan, memanipulasi, serta meringkas data sehingga mudah dibaca dan diberikan arti pada data tersebut. Menurut Sugiyono (2012) yaitu menggolongkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, menyajikan data tiap variabel, melakukan perhitungan dan menguji hipotesis. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan program SPSS (*Statistic Product and Service Solution*) versi 24.

3.9 Uji Instrumen Penelitian

3.9.1 Uji Validitas

Menurut Ghozali (2016) uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu koesioner. Suatu koesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada koesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh koesioner tersebut. Maka peneitian ini pengujian ini dilakukan untuk, sebagai berikut: (1) Melihat kelayakan butir-butir pertanyaan dalam kuesioner tersebut dapat mendefinisikan suatu variabel. (2) Daftar pertanyaan ini pada umumnya untuk mendukung suatu kelompok variabel tertentu. (3) Uji validitas dilakukan setiap butir soal. Hasilnya dibandingkan dengan r tabel untuk *degree of freedom* $df = n-k$ dengan tingkat kesalahan 5%. (4) Jika $r \text{ tabel} < r \text{ hitung}$ maka butir soal disebut valid (Noor, 2011).

3.9.2 Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2016) uji reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari suatu variabel. Suatu koesioner dikatakan reliable 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 koesioner yang berhubungan dengan satu dan lainnya. Konstruk atau variabel dinyatakan reliable jika memberikan nilai Cronbach Alpha $> 0,60$.

3.10 Uji Asumsi Klasik

Adapun uji klasik yang peneliti gunakan dalam penelitian ini meliputi uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas.

3.10.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah nilai residu yang telah distandarisasi pada model regresi berdistribusi normal, jika nilai residual terstandarisasi sebagian besar mendekati nilai rata-ratanya. Uji normalitas yang digunakan yaitu komogrov-smirnov dengan tingkat relevansi yang dipakai sebesar 5% apabila relevan $> 0,05$ maka variabel berdistribusi normal, sebaliknya apabila relevan $< 0,05$ maka variabel tidak berdistribusi

3.10.2 Uji Multikolinieritas

Menurut Ghozali (2016) uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas. Model regresi yang bagus seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel independen. Salah satu cara mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas adalah dengan melakukan uji tolerance dan VIF, jika nilai VIF < 10 , maka dapat disimpulkan data bebas dari gejala multikolinieritas dan tolerance value $> 0,10$.

3.10.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskesastisitas bertujuan untuk melihat apakah didalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Uji heteroskedastisitas

dalam penelitian ini menggunakan grafik plot 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 (Ghozali, 2016).

3.11 Uji Regresi Linear Berganda

Menurut Misbahuddin & Hasan (2013:88) analisis regresi linear berganda ialah regresi linear dimana variabel terikat (variabel Y) dihubungkan dengan dua lebih variabel bebas (variabel X). Penambahan variabel bebas ini diharapkan dapat lebih menjelaskan karakteristik hubungan yang ada, walaupun masih saja ada variabel yang tidak terpakai atau terabaikan. Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antar variabel independen dengan variabel dependen yang mana hasilnya akan negatif atau positif untuk mendapatkan nilai dari variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Berikut ini rumus regresi linear berganda:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e \dots\dots\dots (3.2)$$

Keterangan:

Y= Variabel Dependen (Nilai yang di prediksikan)

X₁= Variabel Religiositas

X₂= variabel Faktor Sosial

α= Konstanta (Nilai Y apabila X=0)

β= Keofisien Regresi (Nilai peningkatan ataupun penurunan)

e= Error

Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ialah menggunakan program olah data *Statistical Product and Service Solution* versi 24 (SPSS 24). SPSS merupakan suatu program komputer statistik berfungsi untuk membantu dalam memproses data-data statistik secara cepat dan tepat, serta dapat menghasilkan berbagai output yang diinginkan oleh para pengambil keputusan. Program ini sangat membantu dalam proses pengolahan data sehingga hasil olah data yang diperoleh dapat dipercaya dan dipertanggung jawabkan, data yang digunakan merupakan data kuantitatif yang berbentuk angka sehingga memudahkan penggunaannya di aplikasi ini.

3.12 Pengujian Hipotesis

3.12.1 Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui signifikan tidaknya pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel (Y), pengambilan keputusan sebagai berikut:

- a. Membandingkan nilai t_{hitung} dan t_{tabel} apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, berarti terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, berarti tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.
- b. Membandingkan nilai signifikan probabilitas 0,05 apabila nilai $sig < 0,05$ artinya variabel bebas berpengaruh terhadap

variabel terikat. Apabila nilai sig > 0,05 artinya variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.

3.12.2 Uji F

Tujuan dari uji signifikan simultan atau uji statistik F ini adalah menunjukkan variabel independen yang ada dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen secara simultan atau bersama-sama mempengaruhi variabel dependen secara signifikan. Pengujian ini menggunakan uji F yaitu dengan membandingkan F hitung dengan F tabel (Janie, 2012). Dengan kriteria sebagai berikut: 1) Jika F hitung > F tabel, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. 2) Jika F hitung < F tabel, maka H_0 diterima dan H_a diterima.

3.12.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) menunjukkan seberapa jauh kekuatan model dalam menerangkan variasi variabel dependen (Y). Nilai koefisien determinasi adalah antara nol sampai satu ($0 < R^2 < 1$). Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen (X) sangat terbatas. Nilai yang mendekati 1 berarti variabel-variabel independen (X) memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Sugiyono, 2012:185)

$$KD = r^2 \times 100\% \dots\dots\dots (3.3)$$

Keterangan:

KD = Koefisien Determinasi

R = Koefisien Korelasi

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Gambaran Umum Responden

Sesuai dengan ukuran sampel dalam penelitian ini yaitu sebanyak 400 responden, Semua kuesioner yang terkumpul dapat diolah karena memenuhi persyaratan data yang telah ditentukan. Karakteristik responden dalam penelitian ini merupakan ciri-ciri responden yang dikategorikan berdasarkan alamat, jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir dan pekerjaan dimana keseluruhan responden penelitian ini merupakan masyarakat di Kota Banda Aceh.

4.1.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat

Gambaran persentase responden berdasarkan alamat dapat dilihat pada Tabel 4.1 yang disajikan di bawah ini:

Tabel 4.1

Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat

Kecamatan	Jumlah	Persentase (%)
Baiturrahman	62	15,5
Meuraxa	29	7,2
Lueng Bata	79	19,8
Banda Raya	23	5,8
Kuta Alam	57	14,2
Syiah Kuala	54	13,5
Kuta Raja	27	6,8
Jaya Baru	28	7,0
Ulee Kareng	41	10,3
Total	400	100

Sumber: Data diolah 2020

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa dari 400 kuesioner yang telah disebar didapatkan alamat responden pada penelitian ini didominasi oleh responden yang beralamat di Lueng Bata sebanyak 79 orang (19,8%), selanjutnya diikuti oleh Baiturrahman 62 orang (15,5%), Kuta Alam 57 orang (14,2%), Syiah Kuala 54 orang (13,5%), Ulee Kareng 41 orang (10,3%), Meuraxa 29 orang (7,2%), Jaya Baru 28 orang (7%), Kuta Raja 27 orang (6,8%) dan yang paling sedikit beralamat di Banda Raya sebanyak 23 orang (5,8%). Sehingga dapat disimpulkan responden pada penelitian ini didominasi oleh penduduk Kota Banda Aceh yang beralamat di Kecamatan Lueng Bata dan yang paling sedikit beralamat di Kecamatan Banda Raya.

4.1.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Gambaran persentase responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada Tabel 4.2 yang disajikan di bawah ini:

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
Laki-Laki	206	51,5
Perempuan	194	48,5
Total	400	100

Sumber: Data diolah 2020

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa dari 400 kuesioner yang telah disebar didapatkan jenis kelamin responden didominasi oleh responden yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 206 orang (51,5%) sedangkan responden yang berjenis

kelamin perempuan sebanyak 194 orang (48,5%). Dapat disimpulkan bahwa responden pada penelitian ini didominasi oleh penduduk Kota Banda Aceh yang berjenis kelamin laki-laki.

4.1.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Gambaran persentase responden berdasarkan usia dapat dilihat pada Tabel 4.3 yang disajikan di bawah ini:

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Persentase (%)
< 17 Tahun	6	1,5
20-30 Tahun	262	65,5
30-40 Tahun	101	25,3
40-50 Tahun	26	6,5
> 50 Tahun	5	1,3
Total	400	100

Sumber: Data diolah 2020

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa dari 400 kuesioner yang telah disebar didapatkan usia responden pada penelitian ini didominasi oleh responden yang berusia 20-30 tahun yaitu sebanyak 262 orang (65,5%) selanjutnya diikuti oleh usia 30-40 tahun 101 orang (25,3%), 40-50 26 orang (6,5%), <17 tahun 6 orang (1,5%) dan yang paling sedikit usia > 50 tahun yaitu sebanyak 5 orang (1,3%). Dapat disimpulkan bahwa responden pada penelitian ini didominasi oleh penduduk Kota Banda Aceh yang berusia 20-30 tahun dan yang paling sedikit berusia diatas 50 tahun.

4.1.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Gambaran persentase responden berdasarkan pendidikan terakhir dapat dilihat pada Tabel 4.4 yang disajikan di bawah ini:

Tabel 4.4

Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan	Jumlah	Persentase (%)
SD/SMP	14	3,5
SMA	183	45,8
D3	44	11,0
S1	155	38,8
S2/S3	4	1,0
Total	400	100

Sumber: Data diolah 2020

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa dari 400 kuesioner yang telah disebar didapatkan pendidikan terakhir responden penelitian ini didominasi oleh responden berpendidikan terakhir SMA sebanyak 183 orang (45,8%), selanjutnya diikuti oleh S1 155 orang (38,8%), D3 sebanyak 44 orang (11%), SD/SMP sebanyak 14 orang (3,5%) dan paling sedikit S2/S3 yaitu sebanyak 4 orang (1%). Dapat disimpulkan responden pada penelitian ini didominasi oleh penduduk Kota Banda Aceh yang berpendidikan terakhir SMA dan yang paling sedikit yang berpendidikan terakhir S2 atau S3.

4.1.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Gambaran persentase responden berdasarkan pendidikan terakhir dapat dilihat pada Tabel 4.5 yang disajikan di bawah ini:

Tabel 4.5
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Persentase (%)
PNS	62	15,5
Swasta	85	21,3
Petani	12	3,0
Pedagang	62	15,5
Lainnya	179	44,8
Total	400	100

Sumber: Data diolah 2020

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa dari 400 kuesioner yang telah disebar didapatkan pekerjaan responden penelitian ini didominasi oleh responden yang bekerja diberbagai bidang lainnya selain yang tertera pada kuesioner yaitu sebanyak 179 orang (44,8%), selanjutnya diikuti oleh Swasta sebanyak 85 orang (21,3%), PNS dan Pedagang keduanya 62 orang (15,5%) dan yang paling sedikit yaitu petani yang berjumlah 12 orang (3%). Dapat disimpulkan responden pada penelitian ini didominasi oleh penduduk Kota Banda Aceh yang bekerja diberbagai bidang pekerjaan selain yang tertera pada kuesioner sedangkan yang paling sedikit adalah petani.

4.1.2 Hasil Pengujian Instrumen

4.1.2.1 Uji Validitas

Pengujian validitas yang digunakan dalam penelitan ini adalah pengujian validitas item. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah item-item pertanyaan yang dimuat dalam kuesioner penelitian termasuk valid atau tidak. Suatu instrumen yang valid atau sah mempunyai nilai validitas yang tinggi,

sebaliknya instrumen yang tidak valid berarti memiliki validitas yang rendah. Pengujian validitas data dalam penelitian ini dilakukan secara statistik, yaitu dengan menggunakan uji *Pearson product-moment coefficient of correlation*. Pengujian validitas koesioner didasarkan pada perbandingan nilai r_{hitung} dan nilai r_{tabel} . Nilai r_{hitung} dengan melihat nilai korelasi antara skor alternatif pilihan jawaban responden pada item pertanyaan tertentu dengan total skor item dalam variabel terkait. Selanjutnya nilai korelasi hitung (r_{hitung}) tersebut dibandingkan dengan nilai kritis *r product moment* (r_{tabel}), dengan ketentuan apabila nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka item pernyataan dalam variabel tertentu dinyatakan tidak valid. Adapun *degree of freedom* (df)= $n-2$ dalam hal ini n adalah jumlah sampel. Jadi pada kasus ini diperoleh besarnya df dapat dihitung $400-2$ atau $df=398$ dengan $\alpha= 0,05$, maka didapat r_{tabel} 0,098. Tabel 4.6 berikut menyajikan hasil pengujian validitas koesioner didasarkan pada perbandingan nilai r_{hitung} dan nilai r_{tabel} dari variabel independen dan dependen:

Tabel 4.6
Hasil Uji Validitas

Variabel	Nomor Item	Nilai r_{hitung}	Nilai r_{tabel}	Keterangan
Religiositas	A1	0,710	0,098	Valid
	A2	0,717	0,098	Valid
	A3	0,746	0,098	Valid
	A4	0,681	0,098	Valid
	A5	0,699	0,098	Valid
Faktor Sosial	B1	0,515	0,098	Valid
	B2	0,611	0,098	Valid
	B3	0,708	0,098	Valid
	B4	0,800	0,098	Valid
	B5	0,790	0,098	Valid
Minat Masyarakat	C1	0,743	0,098	Valid
	C2	0,742	0,098	Valid
	C3	0,774	0,098	Valid
	C4	0,735	0,098	Valid
	C5	0,759	0,098	Valid

Sumber: Data diolah 2020

Sebagaimana yang disajikan pada Tabel 4.6, menunjukkan bahwa seluruh variabel yaitu religiositas, faktor sosial dan minat masyarakat menunjukkan nilai korelasi $r_{hitung} > r_{tabel}$. Dengan demikian, dapat disimpulkan setiap item pertanyaan untuk semua variabel dinyatakan valid, karena nilai korelasi butir pernyataan dalam keusioner memiliki nilai $r_{hitung} > 0,098$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh item pertanyaan pada variabel dalam penelitian ini valid dan layak dianalisis lebih lanjut.

4.1.2.2 Uji Reliabilitas

Untuk menilai kehandalan kuesioner yang digunakan, maka dalam penelitian ini digunakan uji reliabilitas berdasarkan *Cronbach Alpha*. Analisis ini bertujuan untuk melihat korelasi

antara skala yang dibuat dengan skalavariabel yang ada. Penggunaan item-item pertanyaan sebagai indikator dari datavariabel penelitian mewajibkan adanya suatu pengujian konsistensi menggunakan ujireliabilitas, sehingga data yang digunakan tersebut efektif dan dapat dipercayatau memenuhi aspek kehandalan untuk dianalisis lebih lanjut.

Ukuran reliabilitas dianggap handal berdasarkan pada koefisien *Cronbachalpha* apabila nilainya lebih dari 0,60. Jika derajat kehandalan data lebih besardari koefisien *Cronbach alpha* (α), maka hasil pengukuran dapat dipertimbangkanebagai alat ukur dengan tingkat ketelitian dan konsistensi pemikiran yang baik. Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada Tabel 4.7 berikut:

Tabel 4.7
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel		Cronbach's Alpha	Keterangan
X1	Religiositas	0,754	Handal
X2	Faktor Sosial	0,726	Handal
Y	Minat Masyarakat	0,806	Handal

Sumber: Data diolah 2020

Tabel diatas menunjukkan bahwa hasil uji reliabilitas data untuk semua item pernyataan religiositas sebesar 0,754, faktor sosial sebesar 0,726 dan minat masyarakat 0,806. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa setiap item pernyataan untuk semua variabel sudah handal, karena nilai *Cronbach's Alpha* setiap variable lebih dari 0,60 hal ini juga menunjukkan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini layak untuk dianalisis lebih lanjut.

4.1.3 Persepsi Responden Terhadap Variabel Penelitian

4.1.3.1 Persepsi Responden Terhadap Religiositas

Religiositas diukur menggunakan lima indikator yaitu ideologis, ritualistik, eksperensial, intelektual dan konsekuensi. Berdasarkan Tabel 4.8 menunjukkan bahwa persepsi responden terhadap variabel religiusitas jika dilihat dari kelima indikator, pernyataan “Saya meyakini bahwa bank syariah adalah bank yang berlandaskan pada Al-Quran dan Hadis.” memiliki nilai rata-rata yang paling tinggi yaitu sebesar 4,29 dibandingkan dengan pernyataan lainnya, dan pernyataan dengan nilai rata-rata terendah terdapat pada pernyataan “Saya meyakini bahwa sistem bank syariah merupakan sistem yang sudah ada sejak zaman Rasulullah SAW.” yaitu dengan nilai 4,10.

Tabel 4.8
Persepsi Responden Terhadap Religiositas

Daftar Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS	Mean
Saya meyakini bahwa bank syariah adalah bank yang berlandaskan pada Al-Quran dan Hadis.	1	2	39	194	164	4,29
Saya meyakini bahwa praktik yang dilakukan oleh bank syariah sudah memenuhi ketentuan syariat islam.	2	5	46	187	160	4,24
Saya meyakini bahwa sistem bank syariah merupakan sistem yang sudah ada sejak zaman Rasulullah SAW.	4	13	47	209	127	4,10
Saya setuju bahwa bank syariah adalah bank yang diperuntukkan untuk kemaslahatan umat.	0	8	46	201	145	4,20
Saya merasa yakin menggunakan bank syariah karena terhindar dari	4	4	34	219	139	4,21

riba, penipuan dan ketidakjelasan.						
Rata-rata						4,21

Sumber: Data diolah 2020

4.1.3.2 Persepsi Responden Terhadap Faktor Sosial

Faktor sosial diukur menggunakan lima indikator yaitu sikap, prilaku, kebiasaan, orang tua dan kerabat dekat. Berdasarkan Tabel 4.9 menunjukkan bahwa persepsi responden terhadap variabel faktor sosial jika dilihat dari kelima indikator, pernyataan “Saya memilih bank syariah karena untuk menghindari riba.” memiliki nilai rata-rata yang paling tinggi yaitu sebesar 4,36 dibandingkan dengan pernyataan lainnya, dan pernyataan dengan nilai rata-rata terendah terdapat pada pernyataan “Saya memilih menggunakan bank syariah karena mengikuti orang tua” yaitu dengan nilai 3,92.

Tabel 4.9
Persepsi Responden Terhadap Faktor Sosial

Daftar Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS	Mean
Saya memilih bank syariah karena untuk menghindari riba	1	3	27	186	183	4,36
Saya memilih produk bank syariah karena ingin membuat diri saya menjalani perilaku dan gaya hidup yang Islam	0	7	33	204	156	4,27
Saya memilih produk bank syariah karena terbiasa dengan lingkungan saya yang Islami	4	7	40	202	147	4,20
Saya memilih menggunakan bank syariah karena mengikuti orang tua	19	24	54	173	130	3,92
Saya memilih menggunakan produk bank syariah karena terpengaruh dari kerabat dekat	16	24	39	181	140	4,01
Rata-rata						4,15

Sumber: Data diolah 2020

4.1.3.3 Persepsi Responden Terhadap Minat Masyarakat

Minat masyarakat diukur menggunakan tiga indikator yaitu pengetahuan, pengalaman dan informasi. Berdasarkan Tabel 4.10 menunjukkan bahwa persepsi responden terhadap variabel faktor sosial jika dilihat dari kelima indikator, pernyataan “Saya selalu tertarik dengan informasi tentang produk yang ditawarkan bank syariah.” memiliki nilai rata-rata yang paling tinggi yaitu sebesar 4,23 dibandingkan dengan pernyataan lainnya, dan pernyataan dengan nilai rata-rata terendah terdapat pada pernyataan “Iklan dan promosi bank syariah membuat saya tertarik menggunakan produk bank syariah” yaitu dengan nilai 4,13.

Tabel 4.10

Persepsi Responden Terhadap Minat Masyarakat

Daftar Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS	Mean
Saya berminat menggunakan produk bank syariah karena memiliki produk yang lengkap dan sesuai dengan kebutuhan saya.	2	8	39	217	134	4,18
Saya menggunakan produk bank syariah karena memiliki kualitas pelayanan yang baik	0	7	42	206	145	4,22
Saya menggunakan produk bank syariah karena puas dengan produk yang di tawarkan	2	8	56	203	131	4,17
Iklan dan promosi bank syariah membuat saya tertarik menggunakan produk bank syariah	2	6	50	203	139	4,13
Saya selalu tertarik dengan informasi tentang produk yang ditawarkan bank syariah.	3	7	39	198	153	4,23
Rata-rata						4,18

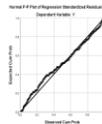
Sumber: Data diolah 2020

4.1.4 Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan bertujuan untuk memperoleh hasil analisis regresi yang valid. Pada penelitian ini akan dilakukan tiga uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas. Berikut ini adalah hasil pengujian untuk ketiga asumsi klasik tersebut:

4.1.4.1 Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model data yang baik adalah berdistribusi normal atau mendekati normal. Untuk menguji apakah distribusi data normal atau tidak, maka dapat dilakukan analisis grafik atau dengan memperhatikan normal probability plot pada scaeter plot berdistribusi normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya. Berikut ini merupakan uji normalitas dengan analisis grafik histogram dan p-plot.



Sumber: Data diolah 2020

Gambar 4.1 Grafik Hasil Uji Normalitas (P-Plot)

Gambar 4.1 menunjukkan bahwa semua data yang ada berdistribusi normal, karena semua data mendekati pola garis lurus diagonal, maka data tersebut memenuhi asumsi normal atau mengikuti garis normalitas selain dengan melihat grafik, normalitas data juga dapat dilihat dengan uji statistik menggunakan uji statistik non-parametrik.

Tabel 4.11
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		400
Normal Parameter ^{a,b}	Mean	0,017
	Std. Deviation	0,311
Most Extreme Differences	Absolute	0,040
	Positive	0,032
	Negative	-0,040
Kolmogorov-Smirnov Z		0,040
Asymp. Sig. (2-tailed)		0,117

Sumber: Data diolah 2020

Suatu data akan terdistribusi dengan normal berdasarkan uji *Kolmogorov-Smirnov* apabila nilai signifikansi $>0,05$ sedangkan bila nilai signifikansi $<0,05$ berarti distribusi data tidak normal. Tabel 4.11 menunjukkan bahwa nilai p-value sebesar $0,117 > 0,05$ yang artinya data pada penelitian ini telah terdistribusi secara normal dan bisa untuk dianalisis lebih lanjut.

4.1.4.2 Hasil Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas dilakukan dengan melihat VIF (*Variance Inflating Faktor*) dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Untuk dapat dikatakan terbebas dari multikolinieritas maka nilai VIF *predictor* tidak

melebihi nilai 10 dan nilai toleransinya >0.10 . Sedangkan pada nilai pengujian VIF tidak melebihi 10 sehingga dapat disimpulkan bahwa model tidak terkena persoalan multikolinear. Tingkat kolinearitas yang dapat ditolerir adalah nilai *tolerance* 0,10 sama dengan tingkat multikolinearitas 0,95. Hasil uji multikolinearitas dapat dilihat pada tabel 4.12 berikut ini:

Tabel 4.12
Hasil Uji Multikolinieritas

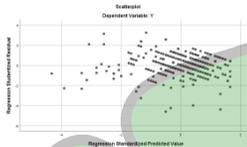
Model	Tolerance	VIF
X1	0,794	1,260
X2	0,794	1,260

Sumber: Data diolah 2020

Nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) dan nilai toleransi (*tolerance*) pada Tabel 4.10 menunjukkan bahwa semua variabel dalam penelitian ini tidak mengalami multikolinearitas. Hal ini ditunjukkan oleh nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) kelima variabel tersebut yang besarnya kurang dari 10, dan nilai toleransi (*tolerance*) jauh melebihi angka 0,10, sehingga tidak terjadi multikolinearitas.

4.1.4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Untuk mendeteksi terjadinya heteroskedastisitas dalam penelitian ini maka digunakan uji kolerasi dengan melihat grafik scatterplot. Hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada gambar 4.2 berikut:



Sumber: Data diolah 2020

Gambar 4.2 Grafik Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan gambar 4.2 diatas, hasil uji heteroskedastisitas bahwa titik-titik data menyebar dan tidak membentuk sebuah pola. Maka disimpulkan bahwa data penelitian tidak mengalami penyimpangan heteroskedastisitas.

Jika dilihat berdasarkan hasil uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas maka penelitian ini telah memenuhi persyaratan untuk uji asumsi klasik.

4.1.5 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

4.1.5.1 Pengujian Hipotesis Parsial (Uji t)

Hasil analisis regresi linier berganda variabel religiusitas dan faktorsosial terhadap minat masyarakat untuk menggunakan produk perbankan syariah dapat dilihat pada Tabel4.13 dibawah ini:

Tabel 4.13
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel	<i>Unstandardized Coefficient (Beta)</i>	T	Sig.
<i>Constant</i>	0,795	4,527	0,000
Religiositas (X1)	0,648	15,355	0,000
Faktor Sosial (X2)	0,160	4,302	0,000

Sumber: Data diolah 2020

Berdasarkan Tabel 4.13 maka didapatkan persamaan sebagai berikut:

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

$$Y = 0,795 + 0,648 X_1 + 0,160 X_2 + e$$

Berdasarkan Tabel 4.13 di atas nilai signifikansi kedua variabel bebas yaitu religiositas dan faktor sosial keduanya memiliki nilai signifikan $0,000 < 0,05$ hal ini menunjukkan kedua variabel memiliki pengaruh yang kuat terhadap variabel terikat yaitu minat masyarakat terhadap produk perbankan. Berdasarkan nilai beta variabel religiositas sebesar 0,648 menunjukkan religiositas memiliki pengaruh positif terhadap minat masyarakat hal ini juga berarti apabila religiositas masyarakat meningkat sebesar 1 maka minat terhadap produk perbankan akan meningkat sebesar 0,648 kali. Nilai t hitung juga menunjukkan t hitung $> t$ tabel yaitu $15,355 > 1,971$ hal ini menunjukkan H_0 ditolak dan H_a diterima, berarti terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel religiositas terhadap variabel minat masyarakat.

Selanjutnya, nilai beta variabel faktor sosial sebesar 0,160 menunjukkan faktor sosial memiliki pengaruh positif terhadap

minat masyarakat hal ini juga berarti apabila faktor sosial masyarakat meningkat sebesar 1 maka minat terhadap produk perbankan akan meningkat sebesar 0,160 kali. Nilai t hitung juga menunjukkan $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $4,302 > 1,971$ hal ini menunjukkan H_0 ditolak dan H_a diterima, berarti terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel faktorsosial terhadap variabel minat masyarakat.

4.1.5.2 Pengujian Hipotesis Simultan (Uji F)

Untuk melihat besarnya pengaruh variabel religiositas dan faktor sosial, secara simultan terhadap variabel minat masyarakat terhadap produk perbankan maka akan diuji berdasarkan uji ANOVA. Berikut ini adalah hasil uji F yang dilakukan untuk mengetahui pengaruh secara simultan variabel bebas terhadap variabel terikat.

Tabel 4.14

Hasil Uji Simultan (ANOVA)

Model	F	Sig
Regression	198,045	.0,000

Sumber: Data diolah 2020

Berdasarkan Tabel 4.14, dapat diketahui bahwa nilai F_{hitung} sebesar 198,045, dengan tingkat signifikansi p -value sebesar 0,000 atau $< 0,05$ sedangkan F_{tabel} 3,04. Hasil uji F memperlihatkan $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($198,045 > 3,04$) maka H_a diterima dan H_0 ditolak. Sehingga dapat dijelaskan bahwa Religiositas dan Faktor sosial secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap minat masyarakat terhadap produk perbankan syariah.

4.1.5.3 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis determinasi digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Untuk regresi dengan lebih dari dua variabel bebas digunakan sebagai koefisien determinasi, *Adjusted R Square* adalah nilai *R Square* yang telah disesuaikan. Sedangkan variabel bebas pada penelitian ini berjumlah dua maka cukup melihat *R Square*. Hasil uji koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel 4.15 berikut ini:

Tabel 4.15
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R square	Adjusted R square
1	0,707	0,499	0,497

Sumber: Data diolah 2020

Tabel 4.15 menunjukkan nilai koefisien determinasi adalah 0,499 atau 49,9%. Hal ini berarti bahwa sumbangan pengaruh variabel Faktor Religiositas (X_1) dan Faktor Sosial (X_2) terhadap variabel Minat Masyarakat (Y) untuk menggunakan produk perbankan syariah adalah sebesar 49,9%. Sementara nilai sisa (nilai residu) dari peran variabel tersebut sebesar 0,501 (50,1%). Nilai residu tersebut menunjukkan bahwa terdapat faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi variabel minat masyarakat menggunakan produk perbankan syariah seperti kredibilitas perbankan syariah, tingkat pemahaman masyarakat dan sebagainya.

4.2 Pembahasan

Penelitian ini menganalisis dua variabel bebas untuk mengukur minat masyarakat terhadap produk (Y) yaitu religiositas (X1) dan faktor sosial (X2). Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, penelitian ini menemukan bahwa kedua variabel memiliki nilai signifikansi 0,000 yang artinya keduanya memiliki pengaruh yang kuat terhadap minat masyarakat terhadap produk perbankan.

4.2.1 Pengaruh Religiositas Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Produk Bank Syariah

Religiositas merupakan cara pandang seseorang terhadap sikap individu pada suatu agama dilihat dari perilaku dan sikap seseorang secara keseluruhan terhadap agama atau keyakinan yang diyakininya (Asraf, 2014). Berdasarkan hasil pengujian hipotesis diatas menunjukkan bahwa variabel religiositas (X1) berpengaruh positif terhadap minat (Y) masyarakat menggunakan produk bank syariah di Kota Banda Aceh. Sehingga hasil penelitian dapat diperoleh kesimpulan bahwa variabel religiositas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menggunakan produk bank syariah dilihat dari H_0 ditolak dan H_a diterima.

Hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Khotimah (2018) dari hasil penelitian menunjukkan bahwa religiositas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menabung di bank syariah. Zahri dan Hafasnuddin (2016), Saifuddin (2018) juga menyatakan bahwa faktor religiositas

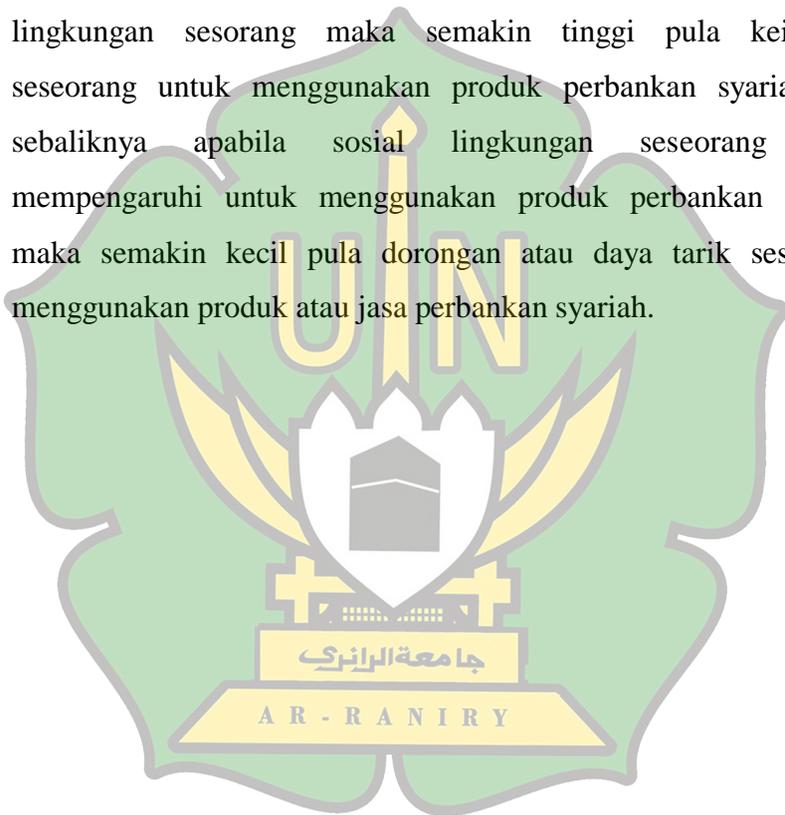
seseorang mempengaruhi minat pribadi seseorang untuk menggunakan produk atau jasa yang diberikan oleh perbankan syariah. Produk atau jasa yang diminati dapat seperti menabung atau produk perbankan syariah lainnya seperti mudharabah, musyarakah, murabahah dan lain sebagainya. Hal ini juga menunjukkan bahwa semakin tinggi religiositas seseorang maka semakin besar preferensinya untuk menggunakan produk perbankan syariah dan sebaliknya semakin rendah religiositas seseorang semakin rendah pula preferensinya menggunakan produk yang ditawarkan oleh perbankan syariah.

4.2.2 Pengaruh Faktor Sosial Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Produk Bank Syariah

Faktor sosial adalah masyarakat yang umumnya relatif bersifat homogen dan tersusun berdasarkan tingkatan kelompoknya mengikuti nilai, minat dan perilaku yang sama (Syafri dan Huda, 2015). Berdasarkan hasil statistik di atas dijelaskan bahwa variabel faktor sosial (X_2) berpengaruh positif terhadap minat (Y) masyarakat menggunakan produk bank syariah. Sehingga hasil penelitian dapat disimpulkan variabel faktor sosial secara parsial menunjukkan H_0 ditolak dan H_a diterima, berarti adanya peningkatan yang signifikan terhadap minat masyarakat menggunakan produk bank syariah pada faktor sosial.

Penelitian yang berkenaan juga dilakukan oleh Maulidi (2019), Andespa (2017) dan Casvi (2019) menyatakan bahwa faktor sosial seperti lingkungan dan keluarga dalam mempengaruhi

minat masyarakat dalam menggunakan produk atau jasa yang diberikan oleh perbankan syariah. Produk atau jasa yang diminati dapat seperti menabung atau produk perbankan syariah lainnya seperti mudharabah, musyarakah, murbahah dan lain sebagainya. Hal ini juga menunjukkan bahwa semakin tinggi pengaruh sosial lingkungan seseorang maka semakin tinggi pula keinginan seseorang untuk menggunakan produk perbankan syariah dan sebaliknya apabila sosial lingkungan seseorang tidak mempengaruhi untuk menggunakan produk perbankan syariah maka semakin kecil pula dorongan atau daya tarik seseorang menggunakan produk atau jasa perbankan syariah.



BAB IV PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka didapatkan kesimpulan penelitian sebagai berikut ini:

1. Religiositas berpengaruh positif terhadap minat masyarakat Kota Banda Aceh menggunakan produk bank syariah. Hal ini dibuktikan nilai t hitung $>$ t tabel yaitu $15,355 > 1,971$. Religiositas berpengaruh signifikan karena masyarakat Kota Banda Aceh meyakini bahwa bank syariah adalah bank yang berlandaskan Al-Quran dan Hadis.
2. Faktor sosial berpengaruh positif terhadap minat masyarakat Kota Banda Aceh menggunakan produk bank syariah. Hal ini dibuktikan nilai t hitung $>$ t tabel yaitu $4,302 > 1,971$ dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar $0,160$, maka hipotesis yang menyatakan variabel faktor sosial berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menggunakan produk bank syariah.
3. Religiositas (X_1) dan faktor sosial (X_2) berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap minat (Y) menggunakan produk Bank Syariah secara simultan. Hal ini dibuktikan $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($198,045 > 3,04$). Sehingga dapat dijelaskan bahwa Religiositas dan Faktor sosial secara bersama-sama

berpengaruh secara signifikan terhadap minat masyarakat terhadap produk perbankan syariah.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka saran pada penelitian ini adalah sebagai berikut ini:

1. Penulis menyarankan agar pihak perbankan syariah untuk lebih sering melakukan sosialisasi kepada masyarakat terkait produk yang ada diperbankan syariah agar masyarakat lebih memahami pilihan produk yang tepat untuk keperluan masing-masing individu.
2. Penulis juga menyarankan agar pihak perbankan lebih meningkatkan kredibilitas, profesionalitas, dan kualitas pelayanan perbankan syariah agar masyarakat lebih tertarik menggunakan produk yang ditawarkan perbankan syariah sehingga perbankan syariah mampu mempertahankan eksistensinya.
3. Untuk peneliti selanjutnya, penulis menyarankan untuk memperluas lokasi penelitian sehingga hasil yang didapat lebih beragam dan sebaiknya menambah jumlah variable lainya seperti, kualitas pelayanan, faktor lingkungan, kredibilitas perbankan, faktor pendidikan dan sebagainya.

DAFTAR PUSTAKA

Al-quran dan terjemahan

Acehprov, (2014), “Geografis Aceh”, diakses tanggal 3 November 2016 dari <http://acehprov.go.id/profil/read/2014/01/30/1/1/geografis-aceh.html>

Adji, J. (2014). Pengaruh Satisfaction dan Trust Terhadap Minat Pembelian di Starbucks The Square Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 2(1), 1-10.

Andespa, R. (2017). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah dalam Menabung di Bank Syariah. *Al-Masraf: Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan*, 2(1), 43-57.

Anoraga, P. (2007). *Pengantar Bisnis: Pengelolaan Bisnis dalam Era Globalisasi*. Jakarta: Rineka Cipta.

Asraf, A. (2014). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Menyimpan Dana Di Bank Muamalat Indonesia Cabang Pasaman Barat Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderator. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 2(1), 61-72.

Badan Pusat Statistik Aceh. (2020). *Jumlah Penduduk Provinsi Aceh menurut Kabupaten/Kota Tahun 2017-2019*. Diakses pada 2 Maret 2020, dari <https://aceh.bps.go.id/statistictable/2020/02/24/247/jumlah-penduduk-provinsi-aceh-menurut-kabupaten-kota-tahun-2017-2019-.html>

- Casvi, F. Z. (2019). *Pengaruh Pengetahuan, Lingkungan Sosial, Dan Lokasi Bank Syariah Terhadap Minat Menabung Santri Di Bank Syariah: Studi Kasus Santri Pondok Pesantren Raudlatul Qur'an Mangkang Kulon, Tugu, Semarang* (Doctoral Dissertation, UIN Walisongo).
- Darto, M. (2016). *Perilaku Prososial Bagi Revolusi Mental*. Penerbit Selaras Media Kreasindo.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen, Pedoman Untuk Penulisan Skripsi Doctoral Dissertation, Tesis, Dan Disertai Ilmu Manajemen*. Universitas Diponegoro.
- Glock, C. Y., & Stark, R. (1970). *Religion And Society In Tension: A Publi. From The Research Program In The Sociology Of Religion Survey Research Center*. Univ. Of Calif.
- Imam, G. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan program SPSS*. Universitas Diponegoro.
- Iranati, R. B. O. (2017). *Pengaruh Religiusitas, Kepercayaan, Pengetahuan, Dan Lokasi Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Kota Tangerang Selatan)* (Bachelor's Thesis, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Iskamto, D., & Yulihardi, Y. (2017). Analisis Peranan Religiusitas Terhadap Kepercayaan Kepada Perbankan Syariah. *Jurnal Kajian Ekonomi Islam*, 2(2), 205-214.

- Juliandi, A., & Irfan, I. (2013). *Metodologi Penelitian Kuantitatif Untuk Ilmu-Ilmu Bisnis*. Bandung: Citapustaka Media Perintis
- Karim, A., & Islam, B. (2006). *Analisis Fiqih Dan Keuangan*. PT Raja Grafindo Persada.
- Khotimah, N. (2018). Pengaruh Religiusitas, Kepercayaan, Citra Perusahaan, Dan Sistem Bagi Hasil Terhadap Minat Nasabah Menabung Dan Loyalitas Di Bank Syariah Mandiri (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Gresik). *JMM17: Jurnal Ilmu Ekonomi dan Manajemen* , 5 (01).
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2007). *Prinsip Pemasaran* . Pearson Prentice Hall.
- Kotler, philip dan keller, K.L.(2009). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Lamb, C. W. et al. (2001). *Pemasaran. Buku I Edisi Pertama*. Penerbit Salemba Empat.
- Lengkana, A. S., Supriadi, C., Hermawan, .D. B., & Soleh, M. A. (Eds.). (2017). *Prosiding Seminar Nasional Pendidikan Jasmani 2017 Implementasi Model Pembelajaran Penjas dan Modifikasi Alat Belajar*. UPI Sumedang Press.
- Masruroh, A (2015). *Kontribusi Usaha Tani Tembakau Terhadap Pendapatan Rumah Tangga Di Desa Salamrejo*

*Kecamatan Selopampang Kabupaten Temanggung.
Universitas Negeri Yogyakarta.*

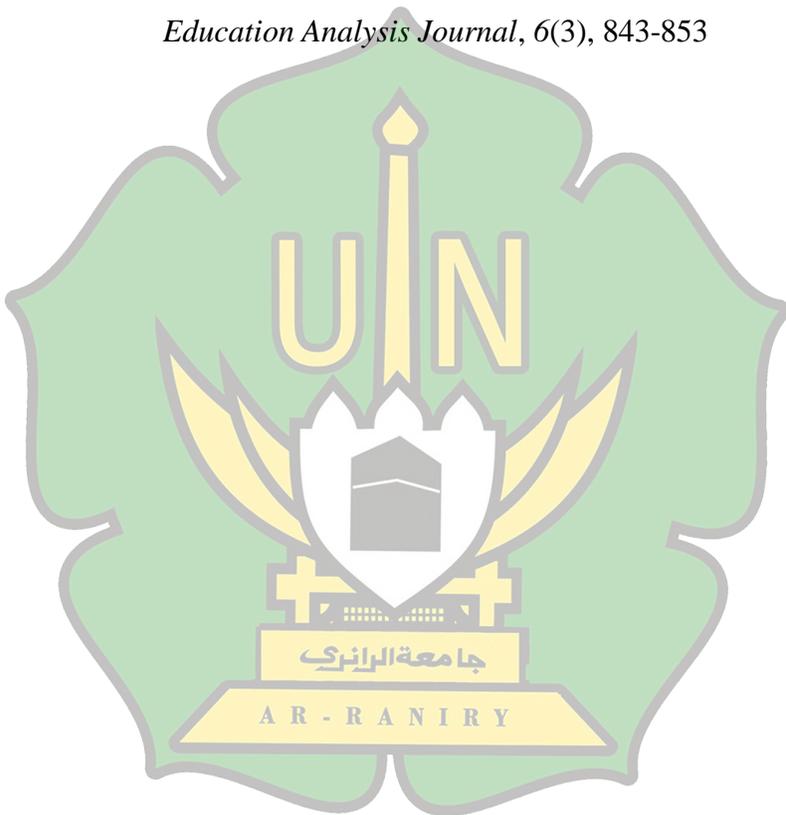
- Maulidi, R. (2019). *Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Menggunakan Bank Syariah (Studi Kasus Siswa SMA Negeri 1 Ambarawa)* (Doctoral dissertation, IAIN SALATIGA)
- Misbahudin, I. H. (2013). *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*. Bumi Aksara.
- Muhyidin, M. (2018). *Pengaruh Citra Perusahaan, Pengetahuan Produk Bank, Kepercayaan, Dan Pelayanan Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Salatiga)* (Doctoral Dissertation, IAIN Salatiga).
- Munthe, S. (2014). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menabung Pada Tabungan Mudharabah Di Bank Muamalat Cabang Balai Kota* (Doctoral dissertation, Pascasarjana UIN Sumatera Utara).
- Nanang, M. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*. Edisi Revisi. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

- Noor, J. (2011). *Metode Penelitian Skripsi, Tesis, Disertasi Dan Karya Ilmiah, Cet. Ke-11*. Kencana Prenada Media Group.
- Prastiti, T., Sugiyo, S., & Saraswati, S. (2013). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Rendahnya Minat Siswa Memanfaatkan Layanan Konseling Perorangan. *Indonesian Journal of Guidance and Counseling: Theory and Application*, 2(4).
- Purimahua, S. (2005). Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Perilaku Mahasiswa Dalam Memilih Jurusan Ekonomi Pembangunan Pada Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maluku Di Ambon. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 9(2).
- Rochmah, N. M. (2018). *Pengaruh Faktor Sosial Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih BMT MADANI sebagai media pembiayaan* (Doctoral dissertation, UIN Sunan Ampel Surabaya).
- Sahlan, A. (2011). *Religiusitas Perguruan Tinggi: Potret Pengembangan Tradisi Keagamaan di Perguruan Tinggi Islam*. UIN Maliki Press.
- Sharvina, S. (2019). *Pengaruh Sosial, Budaya, Dan Psikologis Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah (Studi Pada BNI Syariah Cabang Banda Aceh)* (Doctoral dissertation, UIN Ar-Raniry Banda Aceh).

- Siregar, S. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS, Jakarta: PT. Fajar Interpratama Mandiri Sejenis Sampah Rumah Tangga Di Kelurahan Gunung Bahagia". *Jurnal Ilmu Pemerintahan*, 5(3), 1105-1118.
- Situmorang, M., Andreas, A., & Natariasari, R. (2014). *Pengaruh Motivasi Terhadap Minat Berinvestasi Di Pasar Modal Dengan Pemahaman Investasi Dan Usia Sebagai Variabel Moderat* (Doctoral Dissertation, Riau University).
- Subhan, S., & Suryansyah, A. (2019). Analisis Minat Mahasiswa Dalam Berinvestasi Saham Pada Galeri Bursa Efek Indonesia Fakultas Ekonomi Universitas Madura. *Jurnal Akuntansi Dan Investasi*, 4(1), 20-34.
- Sudian, S., Yenfi, Y., & Marheni, M. (2017). Analisis Tingkat Suku Bunga Deposito Berjangka Dan Minat Nasabah Terhadap Jumlah Dana Deposito Berjangka (Studi Kasus Pada PT Bank Danamon Indonesia Cabang Pangkalpinang). *Jurnal Akuntansi Bisnis & Keuangan*, 10(2), 20-29.
- Sugihartati, R., & Yuwinanto, H. P. (2017). *Minat & Perilaku Gemar Membaca Masyarakat Kota Surabaya di Era Digital*. Airlangga University Press.

- Sugiyono (2012). *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, Dan R&B*. CV. Alfabeta.
- Sugiyono (2016). *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D*. CV. Alfabeta.
- Sungkar, S., Winita, R., & Kurniawan, A. (2010). Pengaruh Penyuluhan Terhadap Tingkat Pengetahuan Masyarakat Dan Kepadatan Aedes Aegypti Di Kecamatan Bayah, Provinsi Banten. *Jurnal Makara Kesehatan*, 14(2), 5-15.
- Supardi. (2005). *Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta: UII Press
- Sutanto, S., Ghozali, I., & Handayani, R. S. (2018). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Penerimaan Dan Penggunaan Sistem Informasi Pengelolaan Keuangan Daerah (Sipkd) Dalam Perspektif the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (Utaut 2) Di Kabupaten Semarang. *Jurnal Akuntansi dan Auditing*, 15(1), 37-68.
- Wardani, D. K., & Rumiayatun, R. (2017). Pengaruh Pengetahuan Wajib Pajak, Kesadaran Wajib Pajak, Sanksi Pajak Kendaraan Bermotor, Dan Sistem Samsat Drive Thru Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor. *Jurnal Akuntansi*, 5(1), 15-24.

Yuniarti, R., & ari Bowo, P. (2017). Pengaruh Pendapatan Orang Tua, Lingkungan Sosial Dan Informasi Perguruan Tinggi Terhadap Minat Melanjutkan Pendidikan Ke Perguruan Tinggi Pada Siswa Kelas Xi Ips Madrasah Aliyah Nu 01 Limpung Kabupaten Batang. *Economic Education Analysis Journal*, 6(3), 843-853



KUISIONER PENELITIAN

Pengaruh Religiositas dan Faktor Sosial Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Produk Bank Syariah Di Kota Banda Aceh

A. Indetitas Diri

1. Nama :
2. Alamat :
3. Jenis Kelamin : laki-laki Perempuan
4. Usia : <17th 0-30
 31-40 41-50
 > 50 th
5. Pendidikan Terakhir : SD-SMP SMA
 D3 S1 S2-S3
6. Pekerjaan/ Profesi : PNS swasta
 Petani/Pekebun
 Lainnya...

B. Petunjuk Pengisian

Berilah jawaban untuk mengisi jawaban-jawaban dibawah ini dengan memberikan tanda ceklis pada salah satu jawaban yang paling sesuai dengan jawaban anda.

C. Kriteria

SS :Bila anda Sangat Setuju dengan pernyataan berikut.

S :Bila anda Setuju dengan pernyataan berikut.

KS :Bila anda Kurang Setuju dengan pernyataan tersebut.

TS :Bila anda Tidak Setuju dengan pernyataan tersebut.

STS :Bila anda Sangat Tidak Setuju dengan pernyataan tersebut.

1. Religiositas

NO	Daftar Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
1	Saya meyakini bahwa bank syariah adalah bank yang berlandaskan pada Al-Quran dan Hadis.					
2	Saya meyakini bahwa praktik yang dilakukan oleh bank syariah sudah memenuhi ketentuan syariat islam.					
3	Saya meyakini bahwa sistem bank syariah merupakan sistem yang sudah ada sejak zaman Rasulullah SAW.					
4	Saya setuju bahwa bank syariah adalah bank yang diperuntukkan untuk kemaslahatan umat.					
5	Saya merasa yakin menggunakan bank syariah karena terhindar dari riba, penipuan dan ketidakjelasan.					

2. Faktor Sosial

NO	Daftar Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
1	Saya memilih bank syariah karena untuk menghindari riba					
2	Saya memilih produk bank syariah karena ingin membuat diri saya menjalani perilaku dan gaya hidup yang Islam					
3	Saya memilih produk bank syariah karena terbiasa dengan lingkungan saya yang Islami					
4	Saya memilih menggunakan bank syariah karena mengikuti orang tua					
5	Saya memilih menggunakan produk bank syariah karena terpengaruh dari kerabat dekat					

3. Minat

NO	Daftar Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
1	Saya berminat menggunakan produk bank syariah karena memiliki produk yang lengkap dan sesuai dengan kebutuhan saya.					

2	Saya menggunakan produk bank syariah karena memiliki kualitas pelayanan yang baik					
3	Saya menggunakan produk bank syariah karena puas dengan produk yang di tawarkan					
4	Iklan dan promosi bank syariah membuat saya tertarik menggunakan produk bank syariah					
5	Saya selalu tertarik dengan informasi tentang produk yang ditawarkan bank syariah.					

Lampiran 2: jawaban responden

1. Religiositas (X_1)

No	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	Total x1
1	4	4	4	4	4	4,00
2	5	5	5	5	5	5,00
3	3	3	3	3	3	3,00
4	4	4	4	4	4	4,00
5	4	4	4	4	4	4,00
6	5	5	5	5	5	5,00
7	4	3	4	4	4	3,80
8	5	4	5	5	5	4,80
9	4	4	4	4	4	4,00
10	4	4	4	4	4	4,00

11	4	4	4	4	4	4,00
12	4	4	4	4	4	4,00
13	4	3	3	4	4	3,60
14	4	4	4	4	4	4,00
15	3	4	3	5	5	4,00
16	3	3	2	2	3	2,60
17	4	4	4	4	4	4,00
18	4	4	3	3	4	3,60
19	3	3	4	4	4	3,60
20	4	4	3	4	4	3,80
21	4	4	4	4	4	4,00
22	5	5	5	5	5	5,00
23	5	4	5	5	3	4,40
24	5	4	5	5	5	4,80
25	4	4	4	4	4	4,00
26	4	4	4	4	4	4,00
27	4	4	4	4	4	4,00
28	4	4	4	4	4	4,00
29	5	4	5	5	5	4,80
30	4	3	4	4	4	3,80
31	3	3	3	3	4	3,20
32	5	5	5	5	5	5,00
33	5	4	5	5	5	4,80
34	5	5	5	5	5	5,00
35	5	4	5	5	4	4,60
36	3	3	1	2	1	2,00
37	4	4	4	5	5	4,40
38	4	4	4	4	4	4,00
39	5	5	5	5	5	5,00
40	4	4	4	4	4	4,00

41	5	5	5	5	5	5,00
42	4	3	4	4	4	3,80
43	3	3	3	3	3	3,00
44	5	4	4	4	4	4,20
45	5	5	5	5	5	5,00
46	4	3	4	4	4	3,80
47	4	4	4	4	4	4,00
48	4	4	4	3	4	3,80
49	4	4	4	4	4	4,00
50	4	4	2	3	1	2,80
51	4	3	4	4	3	3,60
52	4	2	5	5	4	4,00
53	5	4	5	5	4	4,60
54	4	4	5	5	4	4,40
55	4	5	5	4	5	4,60
56	5	5	5	4	4	4,60
57	3	3	3	3	3	3,00
58	4	4	3	3	4	3,60
59	4	4	4	4	4	4,00
60	4	4	4	4	4	4,00
61	3	3	3	3	3	3,00
62	4	4	4	4	4	4,00
63	4	3	4	4	4	3,80
64	5	5	5	5	5	5,00
65	3	4	2	3	4	3,20
66	3	3	4	4	4	3,60
67	4	3	3	4	4	3,60
68	4	5	4	5	5	4,60
69	3	4	3	4	4	3,60
70	5	4	1	5	4	3,80

71	4	3	1	3	3	2,80
72	4	3	5	4	4	4,00
73	4	4	3	4	4	3,80
74	5	5	5	4	4	4,60
75	5	4	4	5	5	4,60
76	5	4	4	4	5	4,40
77	5	5	5	5	4	4,80
78	5	5	5	5	5	5,00
79	4	4	5	4	5	4,40
80	4	3	4	4	4	3,80
81	4	3	4	4	4	3,80
82	5	4	4	4	4	4,20
83	1	1	2	3	1	1,60
84	4	3	3	3	3	3,20
85	4	3	3	3	3	3,20
86	5	5	3	3	4	4,00
87	5	5	5	5	4	4,80
88	4	4	4	3	4	3,80
89	5	5	4	4	4	4,40
90	4	4	4	4	5	4,20
91	4	4	4	4	5	4,20
92	5	4	4	4	4	4,40
93	4	4	4	4	5	4,20
94	4	3	4	4	3	3,60
95	5	4	4	5	3	4,20
96	5	4	5	4	4	4,40
97	5	4	4	4	5	4,40
98	5	4	5	5	4	4,60
99	5	4	5	5	4	4,60
100	4	4	4	5	5	4,40

101	3	3	3	5	4	3,60
102	3	3	3	5	4	3,60
103	5	5	4	3	4	4,20
104	4	5	4	4	4	4,20
105	5	4	4	5	4	4,40
106	3	3	3	5	5	3,80
107	4	5	4	4	4	4,20
108	5	5	4	5	3	4,40
109	5	5	3	5	4	4,40
110	5	5	4	5	4	4,60
111	4	4	4	5	5	4,40
112	5	5	4	5	4	4,60
113	5	4	4	4	4	4,20
114	4	4	5	3	4	4,00
115	4	4	3	4	5	4,00
116	4	3	4	3	3	3,40
117	5	4	4	4	4	4,20
118	4	5	5	3	4	4,20
119	2	3	2	4	2	2,60
120	5	5	5	5	4	4,80
121	5	4	4	5	4	4,40
122	4	4	4	4	4	4,00
123	5	5	4	4	5	4,60
124	4	5	4	5	4	4,40
125	5	4	5	4	4	4,40
126	5	5	4	4	4	4,40
127	5	3	4	4	4	4,00
128	5	4	3	4	4	4,00
129	5	5	4	5	5	4,80
130	4	5	5	4	4	4,40

131	4	4	5	4	4	4,20
132	4	4	4	4	4	4,00
133	4	4	5	4	4	4,20
134	4	5	5	4	5	4,60
135	4	4	4	4	4	4,00
136	5	4	4	5	4	4,40
137	5	5	4	4	5	4,60
138	5	5	4	4	4	4,40
139	4	4	4	4	4	4,00
140	5	4	4	5	4	4,40
141	4	4	5	4	5	4,40
142	5	5	4	4	4	4,40
143	5	5	3	3	4	4,00
144	4	5	5	4	5	4,60
145	4	5	3	4	5	4,20
146	4	4	4	4	5	4,20
147	5	4	4	4	4	4,20
148	4	4	3	3	3	3,40
149	5	5	4	4	4	4,40
150	4	5	4	4	4	4,20
151	5	5	5	5	5	5,00
152	5	5	5	5	5	5,00
153	5	5	5	5	5	5,00
154	4	4	4	4	4	4,00
155	5	5	5	5	5	5,00
156	5	5	5	5	5	5,00
157	5	5	5	5	5	5,00
158	5	5	5	5	5	5,00
159	5	5	5	5	4	4,80
160	5	5	5	5	5	5,00

161	4	4	5	5	4	4,40
162	4	4	3	3	5	3,80
163	5	5	4	5	3	4,40
164	5	4	4	4	4	4,20
165	5	5	5	4	4	4,60
166	5	4	4	4	5	4,40
167	4	5	4	5	4	4,40
168	4	5	4	3	5	4,20
169	5	4	5	4	5	4,60
170	4	4	5	3	5	4,20
171	5	4	4	4	3	4,00
172	5	4	4	5	5	4,60
173	5	4	5	4	5	4,60
174	5	4	1	4	4	3,60
175	4	4	2	5	5	4,00
176	4	3	5	4	3	3,80
177	4	4	4	4	4	4,00
178	5	4	5	5	4	4,60
179	5	5	5	5	5	5,00
180	4	5	5	5	4	4,60
181	5	5	4	4	5	4,60
182	4	5	4	5	4	4,40
183	5	5	4	5	4	4,60
184	4	5	4	5	5	4,60
185	5	4	5	4	5	4,60
186	4	5	4	5	4	4,40
187	5	4	5	4	4	4,40
188	5	5	4	4	4	4,40
189	5	4	4	4	4	4,20
190	4	5	4	5	5	4,60

191	5	4	5	5	4	4,60
192	5	4	5	4	5	4,60
193	5	5	4	5	4	4,60
194	4	5	3	3	4	3,80
195	4	5	5	4	5	4,60
196	4	5	5	4	4	4,40
197	4	4	4	4	4	4,00
198	4	3	3	4	5	3,80
199	5	4	4	3	5	4,20
200	5	4	4	5	4	4,40
201	4	4	4	4	4	4,00
202	4	4	4	4	4	4,00
203	4	4	4	4	4	4,00
204	4	4	4	5	4	4,20
205	2	3	4	2	3	2,80
206	3	3	2	4	2	2,80
207	4	3	4	4	4	3,80
208	4	4	4	5	5	4,40
209	3	4	3	4	3	3,40
210	3	2	4	3	2	2,80
211	4	5	5	4	5	4,60
212	3	4	4	4	3	3,20
213	4	3	3	2	5	3,40
214	3	4	2	4	3	3,20
215	4	4	4	5	5	4,40
216	3	2	3	4	3	3,00
217	3	4	3	3	4	3,40
218	4	5	2	5	3	3,80
219	4	4	4	4	5	4,20
220	3	3	3	4	4	3,40

221	4	5	3	5	4	4,20
222	4	4	3	4	4	3,80
223	5	4	2	2	1	2,80
224	4	4	4	4	4	4,00
225	3	2	4	2	3	2,80
226	4	4	4	5	5	4,40
227	3	1	2	3	5	2,80
228	4	4	4	4	4	4,00
229	4	5	4	5	4	4,40
230	3	2	3	2	4	2,80
231	5	5	5	5	5	5,00
232	5	5	5	5	5	5,00
233	5	5	5	5	5	5,00
234	5	4	4	4	4	4,20
235	5	5	4	4	5	4,60
236	3	5	4	4	5	4,20
237	4	4	5	5	4	4,40
238	5	5	5	5	5	5,00
239	3	5	4	4	4	4,00
240	4	4	4	4	5	4,20
241	4	5	5	4	4	4,40
242	4	4	4	5	3	4,20
243	5	4	4	4	4	4,20
244	4	5	4	4	5	4,40
245	4	4	4	4	5	4,20
246	4	5	4	4	4	4,20
247	5	5	4	4	4	4,40
248	5	5	5	5	5	5,00
249	3	5	4	3	5	4,00
250	4	4	5	5	5	4,60

251	5	4	4	4	5	4,40
252	5	5	5	4	4	4,60
253	4	4	4	3	5	4,00
254	5	5	5	5	5	5,00
255	4	5	5	5	4	4,60
256	4	4	5	4	5	4,40
257	4	4	5	5	5	4,60
258	4	5	4	4	5	4,40
259	4	4	3	5	4	4,00
260	5	5	4	4	4	4,40
261	4	5	5	5	4	4,60
262	4	4	3	5	4	4,00
263	4	5	5	4	4	4,40
264	5	4	5	5	5	4,80
265	4	5	4	4	4	4,20
266	3	5	4	5	3	4,00
267	3	5	4	3	4	3,80
268	5	5	5	5	5	5,00
269	5	4	5	5	5	4,80
270	5	5	4	5	5	4,80
271	5	4	5	4	4	4,40
272	4	5	5	3	4	4,20
273	4	5	5	5	4	4,60
274	5	5	4	4	4	4,40
275	4	5	5	5	4	4,60
276	4	5	4	4	3	4,00
277	4	4	5	5	5	4,60
278	4	5	5	4	4	4,40
279	4	5	4	5	5	4,60
280	5	5	5	5	5	5,00

281	4	5	4	4	3	4,00
282	5	5	5	4	5	4,80
283	5	4	5	5	5	4,80
284	5	5	5	5	4	4,80
285	5	4	5	5	4	4,60
286	4	5	4	5	4	4,40
287	4	5	5	4	4	4,40
288	5	4	3	3	5	4,00
289	5	4	3	3	5	4,00
290	5	4	4	4	5	4,40
291	5	5	5	3	4	4,40
292	3	4	4	3	4	3,60
293	5	4	4	4	4	4,20
294	3	4	4	3	4	3,60
295	4	3	4	4	3	3,60
296	4	4	4	5	5	4,40
297	4	5	4	5	4	4,40
298	5	5	5	5	4	4,80
299	4	3	3	5	5	4,00
300	5	5	4	4	5	4,60
301	5	4	4	4	4	4,20
302	4	4	5	5	4	4,40
303	4	5	4	4	4	4,20
304	5	4	4	4	4	4,20
305	5	4	4	4	4	4,20
306	4	5	4	5	4	4,40
307	4	5	4	5	4	4,40
308	5	5	4	4	4	4,40
309	5	5	4	4	4	4,40
310	5	4	4	4	4	4,20

311	5	4	5	4	4	4,40
312	4	5	4	4	4	4,20
313	4	5	4	5	5	4,60
314	4	5	4	4	4	4,20
315	4	5	4	5	4	4,40
316	4	4	5	4	5	4,40
317	5	5	4	5	5	4,80
318	5	4	4	3	3	3,80
319	4	3	5	4	4	4,00
320	3	3	3	2	2	2,60
321	3	3	3	4	4	3,40
322	4	3	4	5	4	4,00
323	3	3	3	5	4	3,60
324	4	4	2	3	4	3,40
325	5	4	4	5	4	4,40
326	5	4	5	4	4	4,40
327	5	5	4	4	5	4,60
328	5	5	3	5	5	4,60
329	5	5	5	5	5	5,00
330	3	3	3	4	4	3,40
331	5	4	4	5	4	4,40
332	5	4	4	5	5	4,80
333	5	4	5	4	5	4,60
334	4	3	4	4	4	3,80
335	4	5	4	4	5	4,40
336	4	4	5	4	4	4,20
337	3	4	4	4	3	3,60
338	4	5	4	5	4	4,40
339	4	4	4	4	4	4,00
340	4	4	4	4	4	4,00

341	4	4	5	4	4	4,20
342	4	5	4	4	4	4,20
343	4	4	4	5	4	4,20
344	4	4	5	4	4	4,20
345	4	5	4	4	4	4,20
346	3	4	4	4	3	3,60
347	4	5	5	4	4	4,40
348	4	5	4	5	5	4,60
349	5	4	4	3	4	4,00
350	5	5	4	4	4	4,40
351	4	5	5	5	5	4,80
352	5	5	4	4	5	4,60
353	5	5	4	4	3	4,20
354	5	4	4	4	4	4,20
355	4	5	4	4	4	4,20
356	5	4	5	5	4	4,60
357	5	5	4	5	4	4,60
358	5	4	4	5	4	4,40
359	4	5	5	5	4	4,60
360	5	4	5	4	5	4,60
361	5	4	5	4	5	4,60
362	4	5	4	5	5	4,60
363	4	5	4	4	5	4,40
364	5	4	4	4	5	4,40
365	4	5	5	4	5	4,60
366	4	5	4	5	4	4,40
367	4	4	5	4	5	4,40
368	4	4	4	4	4	4,00
369	4	4	4	4	4	4,00
370	4	4	4	4	4	4,00

371	5	5	5	5	5	5,00
372	4	4	4	5	4	4,20
373	5	4	4	3	5	4,20
374	4	4	5	3	5	4,20
375	4	4	5	4	4	4,20
376	4	4	5	3	5	4,20
377	4	5	4	4	5	4,40
378	4	5	3	5	5	4,40
379	4	5	4	4	5	4,40
380	5	4	4	5	4	4,40
381	5	4	5	4	5	4,60
382	5	4	5	5	5	4,80
383	5	4	4	5	4	4,40
384	4	5	5	5	5	4,80
385	4	5	5	4	5	4,60
386	5	4	4	5	4	4,40
387	4	5	5	4	5	4,60
388	4	5	4	5	4	4,40
389	5	4	5	4	5	4,60
390	5	4	4	3	4	4,00
391	5	4	4	4	5	4,40
392	5	4	4	4	5	4,40
393	4	5	5	4	5	4,60
394	5	4	5	4	5	4,60
395	4	5	4	5	4	4,40
396	4	5	4	4	5	4,40
397	5	4	5	5	4	4,60
398	5	5	4	5	4	4,60
399	4	5	4	5	4	4,40
400	5	5	4	4	4	4,40

2. Faktor Sosial (X₂)

No	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	Total x2
1	4	4	4	4	4	4,00
2	5	5	5	5	4	4,80
3	3	3	3	3	3	3,00
4	5	5	4	4	5	4,60
5	5	4	5	3	4	4,20
6	5	5	4	5	5	4,80
7	4	4	4	2	1	3,00
8	5	5	4	3	2	3,80
9	5	4	4	4	4	4,20
10	4	4	4	4	4	4,00
11	5	4	3	2	4	3,60
12	4	4	4	4	3	3,80
13	4	4	4	1	2	3,00
14	4	4	4	3	3	3,60
15	3	4	4	4	5	4,00
16	2	3	2	3	3	2,60
17	4	4	4	4	4	4,00
18	4	4	4	4	3	3,80
19	4	4	3	2	2	3,00
20	4	4	4	4	3	3,80
21	4	4	4	4	3	3,80
22	5	5	5	5	5	5,00
23	4	4	5	5	4	4,40
24	4	4	4	4	4	4,00
25	4	4	4	4	4	4,00
26	4	5	4	5	5	4,60
27	4	3	3	4	4	3,60
28	5	4	5	4	4	4,40

29	4	4	4	4	4	4,00
30	4	4	4	4	4	4,00
31	4	4	4	4	5	4,20
32	4	4	4	4	4	4,00
33	4	4	4	5	4	4,20
34	5	4	4	4	4	4,20
35	4	4	5	4	4	4,20
36	4	3	3	4	4	3,60
37	5	4	5	4	5	4,60
38	4	4	4	4	4	4,00
39	5	4	4	5	4	4,40
40	5	5	4	4	5	4,60
41	4	5	4	4	5	4,40
42	5	4	5	4	5	4,60
43	4	4	5	4	4	4,20
44	5	4	4	5	4	4,40
45	5	4	4	3	4	4,00
46	5	4	4	3	5	4,20
47	4	4	4	4	4	4,00
48	5	5	4	4	4	4,40
49	4	5	4	4	5	4,40
50	5	4	4	4	5	4,40
51	4	4	5	4	5	4,40
52	5	4	5	4	4	4,40
53	5	4	5	4	5	4,60
54	4	4	5	4	5	4,40
55	5	4	5	4	4	4,40
56	5	4	5	4	5	4,60
57	4	4	5	4	4	4,20
58	4	4	4	4	4	4,00

59	4	4	4	3	4	3,80
60	4	4	4	4	3	3,80
61	3	4	3	3	5	3,60
62	4	4	4	4	4	4,00
63	4	3	4	4	3	3,60
64	3	5	5	4	4	4,20
65	4	4	4	4	4	4,00
66	5	5	4	4	5	4,60
67	5	4	5	4	5	4,60
68	5	4	5	5	4	4,60
69	4	5	4	5	4	4,40
70	5	5	4	5	4	4,60
71	4	5	4	5	4	4,40
72	5	5	5	5	5	5,00
73	4	5	5	4	4	4,40
74	5	4	5	4	5	4,60
75	5	4	5	5	4	4,60
76	5	4	4	4	5	4,40
77	5	4	3	4	5	4,20
78	5	4	4	4	5	4,40
79	4	5	4	5	5	4,60
80	4	4	5	3	5	4,20
81	4	4	4	4	5	4,20
82	4	3	4	3	5	3,80
83	5	4	4	4	4	4,20
84	4	5	4	4	5	4,40
85	5	5	4	4	5	4,60
86	5	4	4	5	4	4,40
87	5	5	4	4	5	4,60
88	5	3	4	4	5	4,20

89	5	4	4	5	4	4,40
90	4	4	4	4	4	4,00
91	5	4	3	1	2	3,00
92	5	4	4	4	4	4,20
93	5	4	3	1	2	3,00
94	5	5	5	4	4	4,60
95	3	4	4	5	5	4,20
96	5	5	5	4	4	4,60
97	5	4	3	2	1	3,00
98	4	4	5	5	4	4,40
99	4	4	4	4	4	4,00
100	5	5	4	5	5	4,80
101	5	4	2	1	1	2,60
102	5	4	2	1	1	2,60
103	4	4	3	3	3	3,40
104	5	5	5	5	5	5,00
105	5	5	4	4	5	4,60
106	5	5	4	3	4	4,20
107	5	5	5	4	5	4,80
108	4	4	4	4	4	4,00
109	3	4	4	4	4	3,80
110	4	4	4	4	5	4,20
111	5	5	4	5	4	4,60
112	4	4	4	4	5	4,20
113	5	5	5	4	4	4,60
114	3	4	3	1	2	2,60
115	5	3	3	2	2	3,00
116	3	5	3	4	2	3,40
117	5	4	5	4	4	4,40
118	4	4	4	4	4	4,00

119	4	3	4	2	3	3,20
120	5	4	5	5	4	4,60
121	5	4	4	4	4	4,20
122	5	5	4	5	4	4,60
123	5	5	5	2	2	3,80
124	5	4	5	4	5	4,60
125	4	4	3	1	2	2,80
126	5	5	4	3	5	4,40
127	5	5	5	5	5	5,00
128	4	5	5	4	4	4,40
129	4	4	4	4	4	4,00
130	5	4	4	2	2	3,40
131	4	4	4	4	4	4,00
132	4	4	5	5	4	4,40
133	5	4	4	4	4	4,20
134	4	5	5	5	5	4,80
135	4	4	5	5	4	4,40
136	5	4	5	5	5	4,80
137	4	5	4	5	4	4,40
138	5	4	5	4	5	4,60
139	5	5	5	5	5	5,00
140	4	4	4	5	4	4,20
141	4	5	4	5	4	4,40
142	4	4	3	2	1	2,80
143	4	4	4	1	2	3,00
144	4	5	4	4	5	4,40
145	5	4	3	5	5	4,40
146	4	4	4	4	4	4,00
147	4	4	1	1	1	2,20
148	5	5	4	3	3	4,00

149	3	4	4	2	1	2,80
150	5	4	5	4	5	4,60
151	5	5	5	3	3	4,20
152	5	5	5	5	5	5,00
153	5	5	5	5	5	5,00
154	5	5	5	3	3	4,20
155	5	5	5	5	5	5,00
156	5	5	5	5	5	5,00
157	5	5	5	5	5	5,00
158	5	5	5	5	5	5,00
159	5	5	5	3	3	4,20
160	5	5	5	5	5	5,00
161	5	5	5	3	3	4,20
162	5	4	2	5	4	4,00
163	5	5	4	5	5	4,80
164	4	5	3	3	3	3,60
165	4	3	4	5	4	4,00
166	5	5	5	5	5	5,00
167	4	3	4	4	5	4,00
168	4	4	4	4	5	4,20
169	4	4	5	3	5	4,20
170	5	4	4	5	5	4,60
171	5	4	5	4	3	4,20
172	4	5	4	4	5	4,40
173	4	5	5	4	5	4,60
174	5	5	3	1	2	3,20
175	5	4	3	5	4	4,20
176	4	5	4	1	4	3,60
177	4	4	4	4	4	4,00
178	5	5	3	2	1	3,20

179	5	5	4	5	5	4,80
180	5	5	5	5	5	5,00
181	4	5	4	4	4	4,20
182	5	4	5	4	5	4,60
183	4	5	5	4	5	4,60
184	5	5	4	5	4	4,60
185	5	4	5	5	4	4,60
186	5	5	4	4	4	4,40
187	4	5	4	5	5	4,60
188	4	4	5	5	4	4,40
189	5	4	5	5	4	4,60
190	5	5	5	5	4	4,80
191	5	4	5	5	5	4,80
192	5	5	4	5	4	4,60
193	5	4	4	5	4	4,40
194	3	4	4	3	4	3,60
195	3	3	4	4	4	3,60
196	3	4	4	3	4	3,60
197	4	4	4	4	4	4,00
198	4	4	4	4	4	4,00
199	4	3	3	5	3	3,60
200	4	4	4	5	5	4,40
201	4	4	4	4	4	4,00
202	4	4	4	4	4	4,00
203	4	4	4	4	4	4,00
204	4	4	4	5	4	4,20
205	2	4	3	2	4	3,00
206	3	3	2	4	3	3,00
207	3	4	3	3	4	3,40
208	5	4	4	4	4	4,20

209	3	3	4	3	4	3,40
210	4	2	5	2	4	3,40
211	4	5	4	5	4	4,40
212	4	2	4	2	4	3,20
213	5	5	4	3	3	4,00
214	4	2	4	2	4	3,20
215	5	4	5	4	4	4,40
216	4	3	3	3	3	3,20
217	3	4	3	4	3	3,40
218	5	3	5	3	5	4,20
219	4	5	4	4	5	4,40
220	4	4	4	2	4	3,60
221	4	3	4	5	3	3,80
222	5	4	4	4	5	4,40
223	3	2	1	3	2	2,20
224	4	4	5	4	5	4,40
225	1	2	3	2	3	2,20
226	5	5	5	5	5	5,00
227	4	4	3	4	3	3,60
228	5	5	5	5	5	5,00
229	4	4	5	5	4	4,40
230	2	3	4	4	5	3,60
231	5	5	5	5	5	5,00
232	5	5	5	5	5	5,00
233	5	5	5	4	4	4,60
234	5	5	4	4	4	4,40
235	5	5	4	4	5	4,60
236	4	5	5	5	5	4,80
237	4	4	5	5	4	4,40
238	4	5	5	5	4	4,60

239	5	3	5	4	5	4,40
240	5	4	5	4	5	4,60
241	5	5	4	5	5	4,80
242	4	5	3	4	4	4,00
243	4	5	5	5	5	4,80
244	5	5	5	5	4	4,80
245	5	5	5	5	4	4,80
246	5	3	4	3	4	3,80
247	5	5	5	5	4	4,80
248	4	4	5	5	5	4,60
249	4	4	3	5	4	4,00
250	5	5	4	4	4	4,40
251	5	5	5	5	5	5,00
252	4	4	4	5	5	4,40
253	4	5	4	3	5	4,20
254	5	5	5	5	5	5,00
255	4	5	4	4	4	4,20
256	4	5	5	5	4	4,60
257	5	5	5	4	5	4,80
258	5	4	5	5	5	4,80
259	3	4	4	4	4	3,80
260	4	5	5	5	4	4,60
261	4	5	5	5	5	4,80
262	3	5	4	4	4	4,00
263	4	4	4	5	5	4,40
264	5	5	5	5	4	4,80
265	4	4	5	4	4	4,20
266	5	4	5	4	3	4,20
267	5	4	4	4	5	4,40
268	5	4	4	5	5	4,60

269	5	5	4	5	5	4,80
270	5	5	5	5	5	5,00
271	4	3	4	1	1	2,60
272	3	4	3	4	1	3,00
273	5	5	3	3	5	4,20
274	4	4	4	4	5	4,20
275	5	4	5	4	5	4,60
276	4	3	4	3	4	3,60
277	5	5	5	5	4	4,80
278	4	2	5	1	1	2,60
279	5	5	4	5	5	4,80
280	5	5	5	5	5	5,00
281	4	5	5	1	2	3,40
282	5	5	5	4	4	4,60
283	5	5	5	4	4	4,60
284	4	4	5	5	5	4,60
285	5	4	5	4	5	4,60
286	4	5	5	3	5	4,40
287	5	5	4	4	3	4,20
288	5	5	5	2	2	3,80
289	5	5	5	2	2	3,80
290	4	4	4	3	3	3,60
291	4	4	4	4	4	4,00
292	5	4	3	3	2	3,40
293	4	4	4	3	3	3,60
294	5	4	3	3	2	3,40
295	3	3	4	4	4	3,60
296	5	4	4	4	4	4,20
297	5	4	5	4	5	4,60
298	4	4	4	1	1	2,80

299	5	4	5	2	2	3,60
300	4	5	5	4	5	4,60
301	4	4	4	4	5	4,20
302	4	4	5	4	5	4,40
303	4	4	3	2	1	2,80
304	4	3	3	1	2	2,60
305	4	3	3	1	2	2,60
306	4	4	4	3	5	4,00
307	5	4	4	4	4	4,20
308	4	3	1	1	1	2,00
309	4	3	1	1	1	2,00
310	3	3	4	4	3	3,40
311	5	4	4	4	4	4,20
312	4	4	4	4	4	4,00
313	5	5	4	4	4	4,40
314	4	4	4	4	4	4,00
315	5	4	5	5	4	4,60
316	4	4	4	3	3	3,60
317	5	4	5	4	4	4,40
318	3	3	2	2	5	3,00
319	4	4	4	3	3	3,60
320	3	4	4	4	2	2,60
321	4	5	5	3	4	4,20
322	4	4	4	3	3	3,60
323	5	5	5	3	3	4,20
324	4	4	4	5	4	4,20
325	4	4	4	5	5	4,40
326	5	5	5	4	5	4,80
327	4	5	5	4	5	4,60
328	5	5	5	2	1	3,60

329	5	5	5	5	5	5,00
330	4	4	4	2	2	3,20
331	5	5	5	5	4	4,80
332	5	5	5	5	5	5,00
333	5	4	4	5	4	4,40
334	4	4	3	4	4	3,80
335	5	4	4	3	4	4,00
336	4	5	5	5	4	4,60
337	4	4	4	4	4	4,00
338	5	4	4	4	4	4,20
339	4	4	4	4	4	4,00
340	4	4	4	4	4	4,00
341	5	5	4	5	4	4,60
342	4	4	4	3	3	3,60
343	4	5	4	4	5	4,40
344	4	4	4	4	4	4,00
345	4	4	4	5	4	4,20
346	4	4	4	4	4	4,00
347	4	5	5	4	5	4,60
348	4	5	4	4	5	4,40
349	4	5	4	4	5	4,40
350	4	5	4	4	5	4,20
351	4	5	4	5	4	4,40
352	4	4	4	5	4	4,20
353	4	4	3	5	5	4,20
354	5	5	4	5	4	4,60
355	5	5	4	5	5	4,80
356	4	4	5	4	4	4,20
357	4	4	5	4	4	4,20
358	4	5	4	4	4	4,20

359	5	5	5	4	4	4,60
360	4	5	4	5	5	4,60
361	4	5	5	5	4	4,60
362	5	5	4	5	4	4,60
363	5	4	5	4	5	4,60
364	5	5	5	5	5	5,00
365	4	5	4	3	4	4,00
366	5	5	4	5	4	4,60
367	5	4	4	3	5	4,20
368	4	5	5	4	4	4,40
369	3	3	5	4	4	3,80
370	4	3	4	4	4	3,80
371	5	5	4	4	3	4,20
372	5	4	4	3	4	4,00
373	5	4	5	4	4	4,40
374	3	5	4	5	5	4,40
375	5	5	5	3	4	4,40
376	4	5	5	3	4	4,20
377	4	5	4	5	3	4,20
378	5	4	4	4	4	4,20
379	5	4	5	4	5	4,60
380	3	5	5	3	3	3,80
381	4	5	4	5	4	4,40
382	4	5	5	5	4	4,60
383	4	5	4	5	5	4,60
384	4	5	4	5	4	4,40
385	4	5	4	5	5	4,60
386	5	4	5	4	4	4,40
387	4	4	5	5	5	4,60
388	5	4	4	5	4	4,40

389	4	4	4	5	4	4,20
390	5	5	4	4	4	4,40
391	4	4	4	4	4	4,00
392	4	4	5	5	5	4,60
393	5	4	5	5	4	4,60
394	4	3	5	5	5	4,40
395	4	5	4	5	4	4,40
396	5	4	5	3	5	4,40
397	5	5	5	3	4	4,40
398	4	5	5	5	4	4,60
399	5	4	4	4	5	4,40
400	4	4	4	5	5	4,40

3. Minat Masyarakat (Y)

No	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Total Y
1	4	4	4	4	4	4,00
2	4	5	5	5	5	4,80
3	3	3	3	3	3	3,00
4	4	4	4	4	4	4,00
5	5	5	4	4	4	4,40
6	4	4	4	4	5	4,20
7	3	4	4	3	4	3,60
8	4	5	5	5	5	4,80
9	4	4	4	3	4	3,80
10	4	4	4	4	4	4,00
11	3	4	3	3	3	3,20
12	4	4	3	3	4	3,60
13	3	3	3	2	2	2,60
14	4	4	5	4	4	4,20
15	4	4	4	4	3	3,80

16	3	3	3	2	2	2,60
17	4	4	4	4	4	4,00
18	4	4	5	4	4	4,20
19	3	4	4	4	4	3,80
20	4	4	4	4	4	4,00
21	4	4	3	3	4	3,60
22	4	4	3	4	5	4,00
23	5	4	5	3	3	4,00
24	4	5	5	5	5	4,80
25	4	4	4	4	4	4,00
26	4	4	4	4	4	4,00
27	4	4	4	4	4	4,00
28	4	4	4	4	4	4,00
29	4	4	4	4	4	4,00
30	3	3	4	4	4	3,60
31	4	4	4	4	4	4,00
32	5	5	5	5	5	5,00
33	5	5	5	5	5	5,00
34	5	5	5	4	4	4,60
35	5	5	5	5	5	5,00
36	2	2	2	2	1	1,80
37	5	5	5	5	5	5,00
38	4	5	4	4	5	4,40
39	4	4	5	4	5	4,40
40	4	5	5	4	5	4,60
41	5	5	5	5	5	5,00
42	4	4	4	3	4	3,80
43	3	3	3	3	3	3,00
44	4	4	3	5	3	3,80
45	5	4	4	4	4	4,20

46	4	4	4	4	4	4,00
47	4	4	4	3	4	3,80
48	4	5	4	4	4	4,20
49	4	4	4	4	4	4,00
50	3	3	3	2	3	2,80
51	4	4	4	4	4	4,00
52	4	4	4	4	3	3,80
53	4	4	4	4	4	4,00
54	5	4	5	5	4	4,60
55	5	4	4	5	4	4,40
56	4	5	4	5	4	4,40
57	3	3	3	3	3	3,00
58	3	3	3	3	4	3,20
59	4	4	4	4	4	4,00
60	4	4	4	4	4	4,00
61	3	3	3	3	3	3,00
62	4	4	4	4	4	4,00
63	4	4	3	3	4	3,60
64	3	3	3	3	3	3,00
65	4	5	4	3	4	4,00
66	3	3	3	3	4	3,20
67	4	4	4	3	5	4,00
68	4	5	5	5	5	4,80
69	3	3	3	4	4	3,40
70	3	3	3	1	1	2,20
71	4	2	3	4	2	3,00
72	4	4	4	2	4	3,60
73	4	4	4	4	4	4,00
74	4	5	4	5	4	4,40
75	5	5	5	4	5	4,80

76	4	4	5	4	5	4,40
77	5	5	4	4	5	4,60
78	5	5	5	5	5	5,00
79	5	4	5	5	5	4,80
80	4	4	3	4	3	3,60
81	4	4	3	4	3	3,60
82	4	5	4	4	5	4,40
83	1	3	1	3	3	2,20
84	4	4	4	3	4	3,80
85	4	4	4	3	4	3,80
86	4	4	3	4	4	3,80
87	4	4	4	4	5	4,20
88	3	4	5	5	4	4,20
89	5	5	5	4	5	4,80
90	4	4	4	5	5	4,40
91	4	4	4	5	5	4,40
92	5	4	5	5	5	4,80
93	4	4	4	5	5	4,40
94	4	5	4	4	4	4,20
95	4	5	4	4	4	4,20
96	4	5	4	5	4	4,40
97	5	5	5	4	4	4,60
98	5	4	4	4	5	4,40
99	4	4	4	4	4	4,00
100	4	4	5	4	5	4,40
101	3	4	4	4	4	3,80
102	3	4	4	4	4	3,80
103	5	5	4	4	4	4,40
104	4	5	4	4	4	4,20
105	4	4	5	4	5	4,40

106	4	4	4	3	5	4,00
107	4	4	5	4	4	4,20
108	5	5	3	4	4	4,20
109	5	5	5	4	5	4,80
110	5	5	3	4	4	4,20
111	5	4	4	4	4	4,20
112	5	5	3	4	4	4,20
113	4	4	4	4	5	4,20
114	5	4	5	4	4	4,40
115	2	3	5	5	5	4,00
116	4	4	3	5	3	3,80
117	5	5	4	5	4	4,60
118	4	5	3	5	5	4,40
119	4	4	4	3	4	3,80
120	4	5	5	5	5	4,80
121	4	5	5	4	4	4,40
122	4	4	4	4	4	4,00
123	5	5	5	4	5	4,80
124	5	4	4	4	4	4,20
125	4	5	5	5	4	4,60
126	4	4	4	4	5	4,20
127	5	4	3	4	4	4,20
128	4	4	4	4	4	4,00
129	4	4	4	4	4	4,00
130	5	5	5	4	4	4,60
131	5	4	5	5	5	4,80
132	4	4	4	5	4	4,20
133	4	4	4	5	4	4,20
134	4	5	5	5	5	4,80
135	4	4	4	5	4	4,20

136	4	5	4	4	4	4,20
137	5	5	5	5	4	4,80
138	4	5	4	5	5	4,60
139	4	4	5	4	5	4,40
140	5	5	4	5	4	4,60
141	5	4	5	4	5	4,60
142	3	4	4	3	4	3,60
143	5	4	4	5	5	4,60
144	4	5	4	5	4	4,40
145	5	5	4	4	5	4,60
146	5	5	5	5	4	4,80
147	4	4	5	5	4	4,40
148	5	3	5	3	4	4,00
149	5	5	5	4	4	4,60
150	4	4	4	4	5	4,20
151	5	3	5	5	5	4,60
152	5	4	5	4	4	4,40
153	5	5	5	5	5	5,00
154	4	3	3	5	5	4,00
155	5	5	5	5	5	5,00
156	5	5	5	5	5	5,00
157	5	5	5	5	5	5,00
158	5	5	5	5	5	5,00
159	5	5	5	5	5	5,00
160	5	5	5	5	5	5,00
161	5	5	4	4	5	4,60
162	5	4	4	5	4	4,40
163	4	4	5	5	5	4,60
164	4	5	5	4	4	4,40
165	5	5	4	4	4	4,40

166	4	5	4	4	5	4,40
167	5	5	4	3	5	4,40
168	4	4	5	3	4	4,00
169	4	4	3	4	5	4,00
170	4	5	3	5	4	4,20
171	5	5	4	4	5	4,60
172	4	5	4	4	5	4,40
173	4	4	4	4	5	4,20
174	3	3	4	1	3	2,80
175	4	3	2	2	1	2,40
176	4	2	3	4	3	3,20
177	4	4	4	4	4	4,00
178	4	4	4	4	4	4,00
179	4	4	4	4	5	4,20
180	4	4	5	4	4	4,20
181	4	5	4	5	4	4,40
182	4	5	4	5	4	4,40
183	4	5	4	4	5	4,40
184	5	4	5	4	5	4,60
185	4	4	5	5	5	4,60
186	5	4	4	4	4	4,20
187	4	5	5	4	5	4,60
188	5	5	5	5	5	5,00
189	4	5	4	4	5	4,40
190	4	5	4	4	4	4,20
191	5	4	5	4	5	4,60
192	5	5	5	5	5	5,00
193	4	5	4	5	4	4,40
194	3	5	4	4	4	4,00
195	3	3	3	4	5	3,60

196	3	3	3	4	4	3,40
197	4	4	4	4	4	4,00
198	4	4	3	5	4	4,00
199	4	3	5	5	4	4,20
200	4	4	5	4	5	4,40
201	4	4	4	4	4	4,00
202	4	4	4	4	4	4,00
203	4	4	4	4	4	4,00
204	4	4	4	4	4	4,00
205	2	4	3	2	3	2,80
206	3	2	3	4	3	3,00
207	3	3	3	3	4	3,20
208	5	5	4	5	5	4,80
209	3	3	4	3	3	3,20
210	2	4	2	4	4	3,20
211	4	5	5	5	4	4,60
212	2	3	4	3	4	3,20
213	4	4	4	5	5	4,40
214	4	3	4	2	4	3,40
215	4	5	5	4	4	4,40
216	3	2	4	3	4	3,20
217	4	3	4	3	4	3,60
218	3	5	4	5	3	4,00
219	4	4	5	5	5	4,60
220	3	4	3	4	4	3,60
221	5	3	5	4	3	4,00
222	4	5	4	4	5	4,40
223	2	3	2	3	2	2,40
224	4	5	5	4	5	4,60
225	2	3	2	3	2	2,40

226	4	5	5	4	4	4,40
227	4	5	3	5	3	4,00
228	5	5	5	4	4	4,60
229	4	4	4	4	4	4,00
230	4	5	4	5	4	4,40
231	5	5	5	5	5	5,00
232	5	5	4	5	4	4,60
233	5	5	4	4	4	4,40
234	5	4	4	5	4	4,40
235	4	5	5	5	4	4,60
236	4	3	5	4	5	4,20
237	5	4	5	5	5	4,80
238	5	5	4	5	5	4,80
239	5	4	3	4	3	3,80
240	4	4	5	5	5	4,60
241	5	4	4	4	4	4,20
242	5	3	4	4	4	4,00
243	5	4	5	4	4	4,40
244	4	5	5	5	5	4,80
245	4	5	4	4	4	4,20
246	3	5	4	3	5	4,00
247	4	4	5	5	5	4,60
248	5	5	4	5	5	4,80
249	4	5	4	5	4	4,40
250	4	4	4	5	5	4,40
251	5	5	5	4	4	4,60
252	4	4	5	5	5	4,60
253	4	3	4	5	4	4,00
254	5	5	5	5	5	5,00
255	5	5	5	4	4	4,60

256	5	5	5	5	4	4,80
257	4	5	4	4	4	4,20
258	4	5	5	5	4	4,60
259	3	5	4	3	5	4,00
260	5	4	5	4	5	4,60
261	5	5	5	5	5	5,00
262	3	5	4	3	5	4,00
263	5	4	4	4	4	4,20
264	5	5	5	4	4	4,60
265	5	5	4	5	4	4,60
266	5	4	4	4	3	4,00
267	4	4	3	5	4	4,00
268	5	5	5	5	5	5,00
269	5	5	5	5	5	5,00
270	5	5	5	5	5	5,00
271	3	4	3	3	3	3,20
272	4	3	4	4	4	3,80
273	4	5	3	5	5	4,40
274	4	3	4	4	5	4,00
275	5	5	5	5	4	4,80
276	4	4	4	5	3	4,00
277	5	4	4	4	5	4,40
278	4	4	4	5	3	4,00
279	5	5	5	5	5	5,00
280	5	5	5	5	5	5,00
281	5	5	4	4	4	4,40
282	5	5	5	5	5	5,00
283	5	4	5	5	5	4,80
284	4	5	5	5	5	4,80
285	5	5	4	4	4	4,40

286	5	4	4	4	3	4,00
287	4	4	4	4	3	3,80
288	5	5	5	5	5	5,00
289	5	5	5	5	5	5,00
290	4	4	4	4	3	3,80
291	4	4	4	4	4	4,00
292	4	4	5	5	5	4,60
293	4	4	4	4	3	3,80
294	4	4	5	5	5	4,60
295	4	4	4	5	3	4,00
296	4	4	5	3	4	4,00
297	4	4	5	5	4	4,40
298	4	4	4	4	3	3,80
299	5	4	4	4	4	4,20
300	4	5	4	5	4	4,40
301	4	4	5	4	4	4,20
302	4	5	4	3	5	4,20
303	4	4	5	4	4	4,20
304	4	4	4	3	4	3,80
305	4	4	4	3	4	3,80
306	4	5	5	4	4	4,40
307	3	4	4	5	4	4,00
308	4	4	4	3	5	4,00
309	4	4	4	3	5	4,00
310	4	5	5	4	5	4,60
311	4	4	4	4	4	4,00
312	4	4	5	5	5	4,60
313	4	4	4	4	5	4,20
314	4	4	5	5	5	4,60
315	4	4	5	4	5	4,40

316	4	5	4	5	4	4,40
317	5	4	5	4	4	4,40
318	5	5	5	5	5	5,00
319	4	4	4	3	3	3,60
320	2	2	1	3	2	2,00
321	3	2	2	3	2	2,40
322	3	4	3	4	4	3,60
323	4	4	3	3	4	3,60
324	5	4	4	5	4	4,40
325	4	4	5	4	5	4,40
326	4	5	5	5	5	4,80
327	4	5	4	5	4	4,40
328	1	3	4	3	3	2,80
329	5	5	5	5	5	5,00
330	4	4	4	3	3	3,60
331	4	5	5	5	5	4,80
332	5	5	5	5	5	5,00
333	4	4	5	5	4	4,40
334	4	4	4	4	4	4,00
335	4	4	4	4	4	4,00
336	4	5	4	5	5	4,60
337	4	3	3	4	4	3,60
338	5	4	5	4	4	4,40
339	4	4	4	4	4	4,00
340	4	4	4	4	4	4,00
341	4	4	4	4	5	4,20
342	4	4	4	4	4	4,00
343	4	4	4	5	4	4,20
344	5	4	4	4	4	4,20
345	4	4	5	4	4	4,20

346	4	3	3	4	4	3,60
347	5	4	5	4	5	4,60
348	4	4	4	4	4	4,00
349	5	4	4	5	4	4,40
350	5	5	4	4	5	4,60
351	4	5	4	4	5	4,40
352	5	4	5	4	5	4,60
353	4	4	5	4	4	4,20
354	5	4	4	5	4	4,40
355	5	4	4	3	4	4,00
356	5	4	4	3	5	4,20
357	4	4	4	4	4	4,00
358	5	5	4	4	4	4,40
359	4	5	4	4	5	4,40
360	5	4	4	4	5	4,40
361	4	4	5	4	5	4,40
362	5	4	5	4	4	4,40
363	5	4	5	4	5	4,60
364	4	4	5	4	5	4,40
365	5	4	5	4	4	4,40
366	5	4	5	4	5	4,60
367	4	4	5	4	4	4,20
368	4	4	4	4	4	4,00
369	4	4	4	3	4	3,80
370	4	4	4	4	3	3,80
371	3	4	3	3	5	3,60
372	4	4	4	4	4	4,00
373	4	3	4	4	3	3,60
374	3	5	5	4	4	4,20
375	4	4	4	4	4	4,00

376	5	5	4	4	5	4,60
377	5	4	5	4	5	4,60
378	5	4	5	5	4	4,60
379	4	5	4	5	4	4,40
380	5	5	4	5	4	4,60
381	4	5	4	5	4	4,40
382	5	5	5	5	5	5,00
383	4	5	5	4	4	4,40
384	5	4	5	4	5	4,60
385	5	4	5	5	4	4,60
386	5	4	4	4	5	4,40
387	5	4	3	4	5	4,20
388	5	4	4	4	5	4,40
389	4	5	4	5	5	4,60
390	4	4	5	3	5	4,20
391	4	4	4	4	5	4,20
392	4	3	4	3	5	3,80
393	5	4	4	4	4	4,20
394	4	5	4	4	5	4,40
395	5	5	4	4	5	4,60
396	5	4	4	5	4	4,40
397	5	4	4	4	5	4,60
398	5	3	4	4	5	4,20
399	5	4	4	5	4	4,40
400	4	4	4	4	4	4,00

Lampiran ke 3: Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1	400	1.60	5.00	4.2130	.52145
X2	400	2.00	5.00	4.1565	.59236
Y	400	1.80	5.00	4.1885	.55184
Valid N (listwise)	400				

Lampiran 4: Uji Validitas

a. variabel Religiositas

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	Total X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.431**	.419**	.351**	.362**	.710**
	Sig (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400	400
X1.2	Pearson Correlation	.431**	1	.377**	.379**	.357**	.717**
	Sig (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400	400
X1.3	Pearson Correlation	.419**	.377**	1	.366**	.433**	.746**
	Sig (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400	400
X1.4	Pearson Correlation	.351**	.379**	.366**	1	.336**	.681**
	Sig (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	400	400	400	400	400	400
X1.5	Pearson Correlation	.362**	.357**	.433**	.336**	1	.699**
	Sig (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	400	400	400	400	400	400
Total X1	Pearson Correlation	.710**	.717**	.746**	.681**	.699**	1

Sig (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
N	400	400	400	400	400	400

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

b. Variabel Faktor Sosial

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	Total X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.362**	.335**	.173**	.166**	.515**
	Sig (2-tailed)		.000	.000	.001	.001	.000
	N	400	400	400	400	400	400
X2.2	Pearson Correlation	.362**	1	.353**	.331**	.255**	.611**
	Sig (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400	400
X2.3	Pearson Correlation	.335**	.353**	1	.391**	.440**	.708**
	Sig (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400	400
X2.4	Pearson Correlation	.173**	.331**	.391**	1	.651**	.800**
	Sig (2-tailed)	.001	.000		.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400	400
X2.5	Pearson Correlation	.166**	.255**	.440**	.651**	1	.790**
	Sig (2-tailed)	.001	.000	.000	.000		.000
	N	400	400	400	400	400	400
Total X2	Pearson Correlation	.515**	.611**	.708**	.800**	.790**	1
	Sig (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	400	400	400	400	400	400

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

c. Variabel Minat Masyarakat

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Total Y
Y1	Pearson Correlation	1	.458**	.505**	.425**	.410**	.743**
	Sig (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400	400
Y2	Pearson Correlation	.458**	1	.427**	.464**	.460**	.742**
	Sig (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400	400
Y3	Pearson Correlation	.505**	.427**	1	.427**	.539**	.774**
	Sig (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400	400
Y4	Pearson Correlation	.425**	.464**	.427**	1	.539**	.774**
	Sig (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	400	400	400	400	400	400
Y5	Pearson Correlation	.410**	.460**	.539**	.425**	1	.759**
	Sig (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	400	400	400	400	400	400
Total Y	Pearson Correlation	.743**	.742**	.774**	.735**	.759**	1
	Sig (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	400	400	400	400	400	400

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

Lampiran 5: Uji Reabilitas

a. Variabel Religiositas

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.754	.755	5

b. Variabel Faktor Sosial

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.726	.725	5

c. Variabel Minat Masyarakat

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.806	.806	5

Lampiran 6: Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		400
Normal Parameter ^{a,b}	Mean	0,017
	Std. Deviation	0,311
Most Extreme Differences	Absolute	0,040
	Positive	0,032
	Negative	-0,040
Kolmogorov-Smirnov Z		0,040
Asymp. Sig. (2-tailed)		0,117

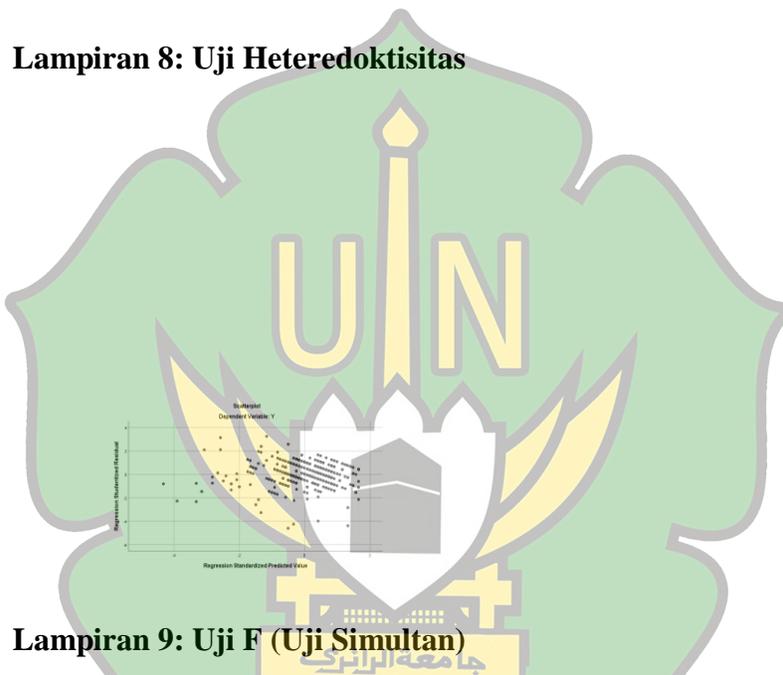
- Test distribution is Normal.
- Calculated from data.
- Lilliefors Significance Correction.

Lampiran 7: Uji Multikoleniaritas

Model		Collinearity Tolerance	Statistics VIF
1	X1	.794	1.260
	X2	.794	1.260

a. Dependent Variable: Y

Lampiran 8: Uji Heteredoktistas



Lampiran 9: Uji F (Uji Simultan)

Model		Sum of Squares	df	Mean square	F	Sig.
1	Regression	60.684	2	30.342	198.045	.000 ^b
	Residual	60.823	397	.153		
	Total	121.507	399			

a. Dependent Variable: Y

b. predictors (contant), X1, X2

Lampiran 10: Uji t (Parsial)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	T	Sig.
		B	Std. Error			
1	(constant)	.795	.176		4.527	.000
	X1	.648	.042	.612	15.355	.000
	X2	.160	.037	.172	4.304	.000

a. Dependent Variable: Y

Lampiran 11: Koefisien Determinasi (R²)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.707 ^a	.499	.497	.39142

