

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KURANGNYA  
MINAT GENERASI Y DALAM MENGGUNAKAN JASA BANK  
SYARIAH (STUDI KASUS DI KEPENGHULUAN BAGAN  
BATU BARAT, KECAMATAN BAGAN SINEMBAH)**

**SKRIPSI**

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Pada Program Studi  
Perbankan Syariah*

**Oleh:**

**LUFVITA MELATI SUKMA BR SITORUS**

**NPM: 1601270029**



**UMSU**  
Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS AGAMA SLAM  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
MEDAN  
2020**

17/10/2020

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KURANGNYA  
MINAT GENERASI Y DALAM MENGGUNAKAN JASA BANK  
SYARIAH (STUDI KASUS DI KEPENGHULUAN BAGAN  
BATU BARAT, KECAMATAN BAGAN SINEMBAH)**

**SKRIPSI**

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Pada Program Studi  
Perbankan Syariah*

Oleh:

**LUFVITA MELATI SUKMA BR SITORUS**

**NPM: 1601270029**



**UMSU**

Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS AGAMA SLAM  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
MEDAN  
2020**

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KURANGNYA  
MINAT GENERASI Y DALAM MENGGUNAKAN JASA BANK  
SYARIAH (STUDI KASUS DI KEPENGHULUAN BAGAN  
BATU BARAT, KECAMATAN BAGAN SINEMBAH)**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Pada Program Studi  
Perbankan Syariah*

Oleh:

LUFVITA MELATI SUKMA BR SITORUS

NPM: 1601270029

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

Pembimbing

  
Riyan Pradesyah, SE.Sy, MEI

Unggul | Cerdas | Terpercaya

FAKULTAS AGAMA SLAM  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
MEDAN  
2020

## *PERSEMBAHAN*

*karya ilmiah ini dipersembahkan kepada kedua orangtuaku*

*Alm Ayahanda Budi Sitorus*

*Ibunda Fitri Lubis*

*Abangda Usuf Sitorus dan Ayub Sitorus*

*Kakanda Sri Wahyuni Sitorus*

*tak lekang selalu memberikan do'a kesuksesan & keberhasilan*

*Motto:*

*"Selalu libatkan Allah Dimanapun dan  
kapanpun"*

BERITA ACARA PENGESAHAN SKRIPSI

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Skripsi ini telah di pertahankan di depan Tim Penguji Ujian Skripsi  
Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara oleh :

NAMA MAHASISWA : Lufvita Melati Sukma Br Sitorus

NPM : 1601270029

PROGRAM STUDI : Perbankan Syariah

HARI, TANGGAL : Senin, 10 Agustus 2020

WAKTU : 09.00 s.d selesai

TIM PENGUJI

PENGUJI I : Selamat Pohan, S.Ag, MA

PENGUJI II : Isra Hayati, S.Pd, M.Si

PANITIA PENGUJI

Ketua

Sekretaris

Dr. Muhammad Qorib, MA

Zailani, S.PdI, MA

### PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Lufvita Melati Sukma Br Sitorus

NPM : 1601270029

Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S-1)

Program Studi : Perbankan Syariah

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi dengan judul: **Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kurangnya Minat Generasi Y Dalam Menggunakan Jasa Bank Syariah (Studi Kasus Di Kepenghuluan Bagan Batu Barat, Kecamatan Bagan Sinembah)** merupakan karya asli saya. Jika dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini hasil dari plagiarism, maka saya bersedia ditindak sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Medan, Juli 2020

Yang Menyatakan:


Lufvita Melati Sukma Br Sitorus

NPM: 1601270029

**PERSETUJUAN**

**SKRIPSI BERJUDUL**

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KURANGNYA MINAT  
GENERASI Y DALAM MENGGUNAKAN JASA BANK SYARIAH  
(STUDI KASUS DI KEPENGHULUAN BAGAN BATU BARAT,  
KECAMATAN BAGAN SINEMBAH)**

Oleh:

Lufvita Melati Sukma Br Sitorus  
NPM: 1601270029

*Telah Selesai diberikan bimbingan dalam penulisan skripsi sehingga naskah  
skripsi ini telah memenuhi syarat dan dapat disetujui untuk  
dipertahankan dalam ujian skripsi*

Medan, Juli 2020

Pembimbing



Riyan Pradesyah, SE,Sy. MEI

**UMSU**  
Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS AGAMA ISLAM  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**

**MEDAN**

**2020**

Medan, Juli 2020

Nomor : Istimewa  
Hal : Skripsi a.n. Lufvita Melati Sukma Br Sitorus  
Kepada Yth : Bapak Dekan Fakultas Agama Islam

Di\_  
Medan

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, meneliti, dan memberikan saran-saran penelitian sepenuhnya terhadap skripsi mahasiswa an Lufvita Melati Sukma Br Sitorus yang berjudul: FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KURANGNYA MINAT GENERASI Y DALAM MENGGUNAKAN JASA BANK SYARIAH (STUDI KASUS DI KEPENGHULUAN BAGAN BATU BARAT, KECAMATAN BAGAN SINEMBAH). Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini sudah dapat diterima dan diajukan pada sidang munaqasah untuk mendapat gelar sarjana strata satu (1) dalam program studi Perbankan Syariah pada Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Demikian saya sampaikan atas perhatiannya saya ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Pembimbing



( Riyan Pradesyah, SE.Sy, MEI )

UMSU  
Unggul | Cerdas | Terampil



**UMSU**  
Unggul | Cerdas | Terpercaya

Itika menjawab surat ini agar dibuktikan  
kembali dan keabsahannya

**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI**  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**FAKULTAS AGAMA ISLAM**

Jalan Kaptem Mukhtar Basri No 3 Medan 20238 Telp (061) 6622400  
Website : [www.umsu.ac.id](http://www.umsu.ac.id) E-mail : [rektor@umsu.ac.id](mailto:rektor@umsu.ac.id)  
Bankir : bank Syariah Mandiri, Bank Bukopin, Bank Mandiri, Bank BNI 1946, Bank Sumut

**BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI**

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Telah selesai di berikan bimbingan dalam penulisan skripsi sehingga naskah skripsi ini telah memenuhi syarat dan dapat di setujui untuk di pertahankan dalam ujian skripsi oleh :

Nama Mahasiswa : Lufvita Melati Sukma Br Sitorus  
Npm : 1601270029  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Judul Skripsi : Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kurangnya Minat Generasi Y Dalam Menggunakan Jasa Bank Syariah (Studi Kasus Di Kepenghuluan Bagan Batu Barat, Kecamatan Bagan Sinembah)

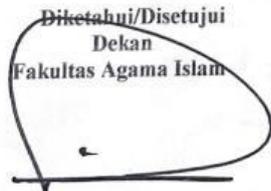
Medan, Juli 2020

Pembimbing Skripsi

  
Riyan Pradesyah, SE.Sy, MEI

Disetujui Oleh:

Diketahui/Disetujui  
Dekan  
Fakultas Agama Islam

  
Dr. Muhammad Qorib, MA

Diketahui/Disetujui  
Ketua Program  
Studi Perbankan Syariah

  
Selamat Pohan, S.Ag, MA

## PEDOMAN TRANSLITERASI

Pedoman Transliterasi Arab Latin yang merupakan hasil keputusan bersama (SKB) Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan R.I. Nomor: 158 Tahun 1987 dan Nomor: 0543b/U/1987.

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih-huruf dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

### 1. Konsonan

fonem konsonan bahasa Arab, yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda secara bersama-sama. Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasinya.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
	Ba	B	Be
	Ta	T	Te
	Sa	S	Es (dengan titik di atas)
	Jim	J	Je
	Ha	H	Ha( dengan titik dibawah)
	Kha	Kh	Ka dan ha
	Dal	D	De
ذ	Zal	Z	Zet (dengan titik diatas)
	Ra	R	Er
	Zai	Z	Zet
	Sin	S	Es
	Syim	Sy	Es dan ye
	Saf	S	Es (dengan titik

			dibawah)
	Dad	D	De (dengan titik dibawah)
	Ta	T	Te (dengan titik dibawah)
	Za	Z	Zet (dengan titik dibawah)
	Ain	‘	Koamater balik di atas)
	Gain	G	Ge
	Fa	F	Ef
	Qaf	Q	Qi
	Kaf	K	Ka
	Lam	L	El
	Mim	M	Em
	Nun	N	En
	Waw	W	We
	Ha	H	Ha
	hamzah		Apostrof
	Ya	Y	Ye

## 2. Vokal

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

### a. Vokal Tunggal

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

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
_ /	Fattah	A	A
	Kasrah	I	I
-	Dammah	U	U

### b. Vokal Rangkap

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

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf	Nama
_ /	Fatha dan ya	Ai	A dan i
- /	Fatha dan waw	Au	A dan u

Contoh :

- Kataba =
- Fa'ala =
- Kaifa =

### c. Maddah

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

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
	Fattah dan alif atau ya	A	A dan garis di atas
	Kasrah dan ya	I	I dan garis di atas
	Dammah dan wau	U	U dan garis di atas

Contoh :

- Qala =
- Rama =

- Qila =

#### **d. Ta Marbutah**

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua:

1) Ta Marbutah Hidup

Ta marbutah yang hidup atau mendapat harkat *fatah*, *kasrah* dan *damma*, transliterasinya (t).

2) Ta Marbutah mati

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

3) Kalau ada kata yang terakhir dengan ta marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al serta bacaan kedua kata itu pisah, maka ta marbutah itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh :

- Raudah al-*atfal* – raudatul *atfal* :
- al- Maudah al-munawwarah :
- talhah :

#### **e. Syaddah (tasydid)**

Syaddah ataupun tasydid yang pada tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda *syahada* atau tanda *tasdid*, dalam transliterasi ini tanda *tasydid* tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddah* itu.

Contoh :

- Rabbana :
- Nazzala :
- Al- birr :
- Al- hajj :
- Nu'ima :

## **f. Kata Sandang**

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu : , namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiyah* dan kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*.

### 1) Kata sandang diikuti oleh huruf *syamsiyah*

Kata sandang diikuti oleh huruf *syamsiyah* di transliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf (I) diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang.

### 2) Kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*

Kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah* di transliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai pula dengan bunyinya. Baik diikuti huruf *syamsiyah* maupun *qamariah*, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh :

- Ar- rajulu :
- As- sayyidiatu :
- Asy- syamsu :
- Al- qalamu :
- Al- jalalu:

## **g. Hamzah**

Dinyatakan di depan bahwa hamzah di transliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Bila hamzah itu terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh :

- Ta'khuzuna :
- An-nau' :
- Sai'un :
- Inna :

- Umirtu :
- Akala :

#### **h. Penulisan Kata**

pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il* (kata kerja), *isim* (kata benda), maupun *huruf*, ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka dalam transliterasinya ini penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

#### **i. Huruf Kapital**

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana itu di dahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh :

- Wa mamuhammadunillarasul
- Inna awwalabaitnwudi'alinnasilalazibibakkatamubarakan.
- Syahru Ramadan al-lazunazilafih al-Qur'an
- Walaqadra'ahubilufuq al-mubin
- Alhamdulillahirabbil-'alamin

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisannya itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harkat yang dihilangkan, huruf kapital yang tidak dipergunakan.

Contoh :

- Nasrunminallahiwafathunqariib
- Lillahi al-amrujami'an
- Wallahubikullisyai'in 'alim

## **j. Tajwid**

bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan ilmu *tajwid*. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai ilmu *tajwid*.



**UMSU**  
Unggul | Cerdas | Terpercaya

Itika menjawab surat ini agar dibuktikan  
kembali dan keabsahannya

**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI**  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**FAKULTAS AGAMA ISLAM**

Jalan Kaptem Mukhtar Basri No 3 Medan 20238 Telp (061) 6622400  
Website : [www.umsu.ac.id](http://www.umsu.ac.id) E-mail : [rektor@umsu.ac.id](mailto:rektor@umsu.ac.id)  
Bankir : bank Syariah Mandiri, Bank Bukopin, Bank Mandiri, Bank BNI 1946, Bank Sumut

**BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI**

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Telah selesai di berikan bimbingan dalam penulisan skripsi sehingga naskah skripsi ini telah memenuhi syarat dan dapat di setujui untuk di pertahankan dalam ujian skripsi oleh :

Nama Mahasiswa : Lufvita Melati Sukma Br Sitorus  
Npm : 1601270029  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Judul Skripsi : Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kurangnya Minat Generasi Y Dalam Menggunakan Jasa Bank Syariah (Studi Kasus Di Kepenghuluan Bagan Batu Barat, Kecamatan Bagan Sinembah)

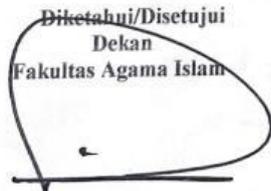
Medan, Juli 2020

Pembimbing Skripsi

  
Riyan Pradesyah, SE.Sy, MEI

Disetujui Oleh:

Diketahui/Disetujui  
Dekan  
Fakultas Agama Islam

  
Dr. Muhammad Qorib, MA

Diketahui/Disetujui  
Ketua Program  
Studi Perbankan Syariah

  
Selamat Pohan, S.Ag, MA

## ABSTRAK

***Lufvita Melati Sukma Br Sitorus, 1601270029, Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kurangnya Minat Generasi Y Dalam Menggunakan Jasa Bank Syariah (Studi Kasus Di Kepenghuluan Bagan Batu Barat, Kecamatan Bagan Sinembah).***

*Lembaga keuangan syariah khususnya bank syariah sudah ada di kepenghuluan bagan batu barat sejak lima tahun, seharusnya jangka waktu yang lama tersebut sudah dapat memberi informasi dan wawasan tentang lembaga keuangan syariah. kurangnya sosialisasi atau promosi yang dilakukan bank syariah juga dapat berpengaruh kepada pemahaman masyarakat terhadap bank syariah, sehingga masih banyak yang tidak menggunakan jasa bank syariah karena tidak tahu.*

*Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi kurangnya minat generasi y dalam menggunakan jasa bank syariah di kepenghuluan bagan batu barat kecamatan bagan sinembah. Faktor-faktor tersebut adalah pengetahuan, promosi dan lokasi. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif. Dalam penelitian ini menggunakan data primer dengan memberikan kuisioner kepada masyarakat generasi Y bagan batu barat yang tidak menabung di bank syariah, dengan jumlah sampel sebanyak 99 responden. Dalam menganalisis data peneliti menggunakan analisis data regresi berganda.*

*Berdasarkan penelitian yang dilakukan diperoleh hasil bahwa variabel pengetahuan, promosi dan lokasi berpengaruh signifikan dan positif terhadap kurangnya minat generasi y dalam menggunakan jasa bank syariah di kepenghuluan bagan batu barat. Adapun faktor yang paling kuat berpengaruh pada kurangnya minat generasi y dalam menggunakan jasa bank syariah di kepenghuluan bagan batu barat adalah faktor lokasi.*

*Kata Kunci: Faktor Pengetahuan, Faktor Promosi, Faktor Lokasi, Kurangnya Minat, generasi Y*

## **ABSTRACT**

***Lufvita Melati Sukma Br Sitorus, 1601270029, Factors Affecting The Lack Of Interest Of Generation Y Using Sharia Bank Services (Case Study In Kepenghuluan West Bagan Batu , Sub-District Bagan Sinembah).***

*Sharia financial institutions, especially Islamic banks, have been in the western rock charts for five years, this long period of time should have been able to provide information and insight about Islamic financial institutions. Lack of socialization or promotion carried out by Islamic banks can also affect public understanding of Islamic banks, so there are still many who do not use Islamic banking services because they do not know.*

*This study aims to analyze factors affecting the lack of interest of generation y using sharia bank services (case study in kepenghuluan west bagan batu , sub-district bagan sinembah). The factors are knowledge, promotion and location. This research is a type of quantitative research. this research has primer data by spreading questionnaire to 99 generation Y responden in west bagan batu. They are not saving their money in islamic bank. In analyzing the data researchers used multiple linear regression data analysis.*

*Based on the research conducted, it was found that the variables of knowledge, promotion and location had a significant and positive effect on the lack of interest in generation Y in using the services of islamic banks in kepenghuluan west bagan batu. As for the most powerful factor affecting the lack of interest in generation y in using the services of islamic banks in kepenghuluan west bagan batu is the location factor.*

*keywords : knowledge factor, promotion factor, location factor, lack of interest, generation Y*

## KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Warahmatullah Wabarakatuh

Puji syukur kehadiran Allah SWT. Yang mana telah memberikan rahmat dan hidayahNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, shalawat serta salam kepada baginda Rasulullah SAW yang telah menjadi suri tauladan bagi semua.

Skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar sarjana pada program Studi Perbankan Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, yang berjudul "*Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kurangnya Minat Generasi Y Dalam Menggunakan Jasa Bank Syariah (Studi Kasus Di kepenghuluhan Bagan Batu Barat, Kecamatan Bagan Sinembah)*".

Dalam kesempatan ini, penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam penyelesaian skripsi ini, Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ayahanda Budi Sitorus dan Ibunda Fitri Br Lubisyang tiada hentinya memberikan dukungan moril maupun materil kepada penulis.
2. Abang M. Usuf Sitorus dan Ayub Sitorus, serta kakak Sri Wahyuni Sitorus.
3. Bapak Dr.H. Agussani, M.AP, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Bapak Dr.Muhammad Qorib M.A Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak Zailani S.Pd.I, M.A. Wakil Dekan I Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Bapak Dr. Munawir Pasaribu M.A. Wakil Dekan III Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

7. Bapak Selamat Pohan S.Ag,MA selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
8. Bapak Riyan Pradesyah, SE.Sy, MEI selaku Sekretaris Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara sekaligus sebagai dosen pembimbing skripsi.
9. Seluruh staf dosen Fakultas Agama Islam Program Studi Perbankan Syariah Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang selama ini telah banyak memberikan ilmu kepada penulis terutama dalam menuntut ilmu di kampus ini.
10. Seluruh staf Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara salah satunya bagian administrasi atau biro Fakultas Agama Islam yang telah membantu dalam berbagai urusan selama penulis menjalankan perkuliahan di kampus ini.
11. Seluruh teman-teman perbankan syariah stambuk 2016 khususnya kelas PBS A Pagi.

Semoga skripsi yang penulis selesaikan ini dapat bermanfaat bagi pembaca serta menambah pengetahuan bagi penulis sendiri. Oleh karena itu penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu secara langsung maupun tidak langsung yang terkait dalam penyelesaian skripsi ini, sehingga penulis dapat menyelesaikannya. Semoga Allah Swt selalu melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada semua, aamiin  
Wassalamu'alaykum Warahmatullah Wabarakatuh

Medan, Juli2020

Penulis

LUFVITA MELATI SUKMA BR SITORUS

1601270029

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>x</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	3
C. Batasan Masalah .....	3
D. Rumusan Masalah .....	3
E. Tujuan Penelitian .....	3
F. Manfaat Penelitian .....	3
G. Sistematika Penulisan .....	3
<b>BAB II LANDASAN TEORETIS</b> .....	<b>5</b>
A. Deskripsi Teori .....	5
1. Perbankan Syariah .....	5
a. Pengertian Bank Syariah .....	5
b. Akad-Akad Bank Syariah .....	6
c. Pembiayaan .....	9
d. Pelayanan Jasa Bank Syariah .....	17
2. Minat .....	19
3. Generasi Y .....	20
4. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kurangnya Minat Generasi Y Dalam Menggunakan Jasa Bank Syariah .....	21
a. Pengetahuan .....	21
b. Promosi .....	23
c. Lokasi .....	24

B. Penelitian Yang Relevan .....	26
C. Kerangka Pemikiran .....	29
D. Hipotesis .....	30
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>31</b>
A. Metode Penelitian .....	31
B. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	31
C. Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel .....	33
D. Variabel Penelitian .....	34
E. Definisi Operasional Variabel .....	35
F. Teknik Pengumpulan Data .....	36
G. Instrumen Penelitian .....	36
H. Teknik Analisis Data .....	37
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>42</b>
<b>A. Deskripsi Penelitian .....</b>	<b>42</b>
1. Gambaran Umum Wilayah Penelitian .....	42
2. Keadaan Demografis (Kependudukan) .....	42
3. Struktur Organisasi .....	44
<b>B. Deskripsi Karakteristik Responden .....</b>	<b>44</b>
<b>C. Penyajian Data .....</b>	<b>46</b>
<b>D. Analisis Data .....</b>	<b>49</b>
1. Uji Validitas .....	49
2. Uji Reliabilitas .....	51
3. Uji Asumsi Klasik .....	52
a. Uji Normalitas .....	53
b. Uji Multikolinearitas .....	54
c. Uji Heteroskedastisitas .....	55
4. Pengujian Hipotesis .....	56
a. Uji Secara Parsial (Uji t) .....	56
b. Uji Secara Simultan (Uji F) .....	58

5. Uji Regresi Linear Berganda .....	59
6. Uji Koefisien Determinasi .....	60
<b>E. Interpretasi Hasil Analisis Data .....</b>	<b>61</b>
<b>F. Pembahasan .....</b>	<b>63</b>
1. Faktor Pengetahuan (X1) terhadap Kurangnya Minat Generasi Y (Y) .....	63
2. Faktor Promosi (X2) terhadap Kurangnya Minat Generasi Y (Y) .....	63
3. Faktor Lokasi (X3) terhadap Kurangnya Minat Generasi Y (Y) .....	64
4. Faktor Pengetahuan (X1), Faktor Promosi (X2), Dan Faktor Lokasi (X3) Terhadap Kurangnya Minat Generasi Y (Y) .....	65
 <b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	 <b>66</b>
A. Kesimpulan .....	66
B. Saran .....	67

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Nomor Tabel	Judul Tabel	Halaman
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu .....	26
Tabel 3.1	Rincian Waktu Penelitian .....	32
Tabel 3.2	Skala Likert .....	36
Tabel 3.3	Indikator Instrumen Faktor Yang Mempengaruhi Kurangnya Minat.....	36
Tabel 3.4	Indikator Instrumen Faktor Yang Mempengaruhi Kurangnya Minat Menggunakan Jasa Bank Syariah .....	37
Tabel 4.1	Jumlah Penduduk Di Kepenghuluan Bagan Batu Barat Menurut Tingkat Pendidikan .....	43
Tabel 4.2	Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	45
Tabel 4.3	Distribusi Responden Berdasarkan Usia .....	45
Tabel 4.4	Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	46
Tabel 4.5	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kurangnya Minat (X1) Faktor Pengetahuan .....	47
Tabel 4.6	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kurangnya Minat (X2) Faktor Promosi .....	47
Tabel 4.7	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kurangnya Minat (X3) Faktor Lokasi .....	48
Tabel 4.8	Skor Kuisoner Untuk Variabel Y (Kurangnya Minat Generasi Y) .....	49
Tabel 4.9	Faktor Pengetahuan (X1) .....	49
Tabel 4.10	Faktor Promosi (X2) .....	50
Tabel 4.11	Faktor Lokasi (X3) .....	50
Tabel 4.12	Kurangnya Minat Generasi Y (Y) .....	50
Tabel 4.13	Faktor Pengetahuan (X1) Reliability Statistics.....	51
Tabel 4.14	Faktor Promosi (X2) Reliability Statistics .....	52
Tabel 4.15	Faktor Lokasi (X3) Reliability Statistics .....	52
Tabel 4.16	Kurangnya Minat Generasi Y (Y) Reliability Statistics .....	52

Tabel 4.17	One Sample Kolmogorov .....	53
Tabel 4.18	Uji Multikolinearitas .....	54
Tabel 4.19	Uji t Parsial .....	56
Tabel 4.20	Uji F .....	58
Tabel 4.21	Koefisien Regresi Linear Berganda .....	59
Tabel 4.22	Uji Koefisien Determinasi .....	60

## DAFTAR GAMBAR

<b>Nomor Gambar</b>	<b>Judul Gambar</b>	<b>Halaman</b>
Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran.....	30
Gambar 4.1	Susunan Struktur Kepenghuluan Bagan Batu Barat .....	44
Gambar 4.2	Uji Heteroskedastisitas .....	55

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Perbankan merupakan satu lembaga yang melaksanakan tiga fungsi utama yaitu penghimpunan dana dari masyarakat (*funding*), fungsi penyaluran dana dari masyarakat (*lending*) dan pelayanan jasa.<sup>1</sup>Kegiatan penghimpunan dana dari masyarakat bisa berupa tabungan, simpanan giro, dan deposito. Sedangkan penyaluran dana yang dilakukan oleh bank dalam bentuk pembiayaan, baik produktif maupun konsumtif. Didalam hal ini lembaga keuangan syariah atau bank syariah menjalankan ketiga fungsi tersebut, dimana bank syariah juga menjalankan penghimpunan, penyaluran dan jasa lainnya.

Perkembangan industri perbankan syariah di indonesia mengalami pasang surut seiring dengan perkembangan industri perbankan konvensional. Tercatat dalam Otoritas Jasa Keuangan (OJK) bahwa jumlah aset Bank Umum Syariah (BUS) dan Unit Usaha Syariah (UUS) pada tahun 2016 sebesar 356.504 (dalam miliar), lalu meningkat pada tahun 2017 sebesar 424.181 (dalam miliar), pada tahun 2018 jumlah aset sebesar 477.327 (dalam miliar) dan per Oktober 2019 lalu jumlah aset sebesar 499.981 (dalam miliar). Jika dilihat dari jumlah kantor Bank Umum Syariah dan Unit Usaha Syariah juga mengalami peningkatan. Pada tahun 2016 jumlah kantor BUS dan UUS sebanyak 2.201, pada tahun 2017 jumlah kantor BUS dan UUS sebanyak 2.169, pada tahun 2018 jumlah kantor BUS dan UUS sebanyak 2.229 dan per Oktober 2019 lalu peningkatan jumlah kantor BUS dan UUS sebanyak 2.281.<sup>2</sup>

Dalam perkembangannya, bank syariah banyak diminati oleh masyarakat generasi *millennial* atau generasi y hal tersebut dapat dilihat dari banyaknya generasi *millennial* atau generasi y yang membeli sukuk. Generasi *millennial* atau generasi y merupakan pembeli (investor) terbesar di proses penjualan Sukuk Negara Tabungan (Sukuk Tabungan). Pada saat penjualan Sukuk Tabungan seri ST005 yang dilakukan di bulan Agustus 2019 yang lalu, tercatat ada 5.393 investor yang berasal dari generasi *millennial* atau generasi y. Angka tersebut

---

<sup>1</sup> Muhammad, *Manajemen Bank Syariah*, (Yogyakarta: UPP AMP YKPN,2000), h. 66

<sup>2</sup>Statistik Perbankan Syariah, didapat dari [www.ojk.go.id](http://www.ojk.go.id) (diakses tanggal 04 Februari 2020).

mewakili 53,77% dari jumlah investor yang masuk dan merupakan porsi persentase tertinggi sepanjang penerbitan Sukuk Tabungan. Dari angka tersebut, ada 2.752 investor *millennial* baru.<sup>3</sup>

Ada beberapa faktor yang memungkinkan generasi y kurang minat dalam menggunakan jasa bank syariah. *Pertama*, faktor pengetahuan, dimana pengetahuan merupakan salah satu faktor pendukung penting bagi seseorang atau masyarakat dalam menentukan pilihan terhadap suatu hal, termasuk dalam menentukan pilihan dimana mereka akan menitipkan dananya. *Kedua*, faktor promosi, promosi merupakan kegiatan atau strategi yang dilakukan untuk memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa yang ada pada bank tersebut. *Ketiga*, faktor lokasi, lokasi yang strategis jarak tempuh dan daerah yang aman akan mempengaruhi minat masyarakat dalam menggunakan jasa bank syariah.

Namun pada faktanya generasi y yang ada di kepenghuluan bagan batu barat, masih belum mengetahui tentang bank syariah. Padahal lembaga keuangan syariah khususnya bank syariah sudah ada di kepenghuluan bagan batu barat sejak lima tahun, seharusnya jangka waktu yang lama tersebut sudah dapat memberi informasi dan wawasan tentang lembaga keuangan syariah. Kurangnya sosialisasi atau promosi yang dilakukan bank syariah juga dapat berpengaruh kepada pemahaman masyarakat terhadap bank syariah, sehingga masih banyak yang tidak menggunakan jasa bank syariah karena tidak tahu. Jaringan kantor atau mesin ATM yang masih jarang dijumpai tidak seperti bank konvensional yang disetiap wilayah ada.

Berdasarkan pemaparan diatas, bahwa masih banyaknya masyarakat di kepenghuluan bagan batu barat yang belum mengetahui lembaga keuangan syariah. Disini peneliti ingin mengetahui faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi kurangnya minat masyarakat khususnya generasi Y dalam melakukan transaksi di lembaga keuangan syariah. Berdasarkan uraian dari latar belakang masalah di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kurangnya Minat Generasi Y Dalam Menggunakan Jasa Bank Syariah (Studi Kasus Di Kepenghuluan Bagan Batu Barat, Kecamatan Bagan Sinembah)”**

---

<sup>3</sup> Rian Wisnu, “Generasi Millennial dalam kesuksesan Sukuk & Disruptive Economy” di dapat dari [www.cnbcindonesia.com](http://www.cnbcindonesia.com) : internet (diakses tanggal 29 Januari 2020).

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah di uraikan. maka penulis mengidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Kurangnya pengetahuan yang dimiliki generasi Y mengenai bank syariah.
2. Kurangnya promosi atau sosialisasi mengenai bank syariah sehingga banyak generasi Y yang belum mengetahui tentang bank syariah.
3. Jaringan Kantor atau mesin ATM yang masih jarang dijumpai tidak seperti bank konvensional yang disetiap wilayah ada.

## **C. Batasan Masalah**

Peneliti membatasi permasalahan hanya pada beberapa faktor yang mempengaruhi kurangnya minat generasi Y dalam menggunakan jasa bank syariah yaitu hanya pada faktor utama diantaranya, pengetahuan, promosi dan lokasi. Objek penelitian berfokus hanya pada generasi Y yang tidak menggunakan jasa bank syariah.

## **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan maka peneliti mengambil rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian tersebut:

1. Apakah ada pengaruh pengetahuan, promosi dan lokasi terhadap kurangnya minat generasi Y dalam menggunakan jasa bank syariah?
2. Bagaimana pengaruh pengetahuan, promosi dan lokasi terhadap kurangnya minat generasi Y dalam menggunakan jasa bank syariah?

## **E. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan, promosi dan lokasi terhadap kurangnya minat generasi Y dalam menggunakan jasa bank syariah.
2. Untuk mendeskripsikan pengaruh pengetahuan, promosi dan lokasi terhadap kurangnya minat generasi Y dalam menggunakan jasa bank syariah

## **F. Manfaat Penelitian**

Adapun hasil penelitian ini secara umum diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi masyarakat luas, dan khususnya kepada:

### **1. Bagi Penulis**

Penelitian ini menjadi sebuah proses pembelajaran yang bermanfaat dimana penulis dapat mengetahui faktor-faktor apa saja yang berpengaruh terhadap kurangnya minat generasi y dalam menggunakan jasa bank syariah.

## **2. Bagi Perusahaan Perbankan**

Bagi perusahaan perbankan penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai bahan masukan dan tambahan informasi mengenai kurangnya minat generasi Y dalam menggunakan jasa bank syariah.

## **3. Bagi Generasi Y**

Penelitian ini diharapkan berguna untuk menambah wawasan dan pengetahuan generasi y dalam bidang perbankan syariah.

## **4. Bagi Akademisi**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi dan masukan bagi peneliti yang akan datang dalam pelaksanaan penelitian selanjutnya.

## **G. Sistematika Penulisan**

### **1. Bab I Pendahuluan**

Dalam bab ini penulis menguraikan tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

### **2. Bab II Kajian Pustaka**

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai variabel yang akan diteliti, penelitian yang relevan, kerangka pemikiran, dan hipotesis.

### **3. Bab III Metodologi Penelitian**

Pada bab ini menjelaskan tentang metode penelitian, penentuan lokasi, dan waktu penelitian, populasi, sampel, teknik penarikan sampel, variabel penelitian, definisi operasional variabel, teknik pengumpulan data, instrumen penelitian dan teknik analisis data.

### **4. Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan**

Pada bab ini akan dibahas analisis data dan uji hipotesis yang terdiri dari uji asumsi klasik, uji normalitas data dan pembahasan hasil penelitian.

### **5. Bab V Penutup**

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran.

## BAB II

### LANDASAN TEORETIS

#### A. Deskripsi Teori

##### 1. Perbankan Syariah

###### a. Pengertian bank syariah

Menurut Undang-Undang No.21 Tahun 2008, Bank Syariah adalah Bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah. Sementara Unit Usaha Syariah menurut Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 adalah unit kerja dari kantor pusat Bank Umum Konvensional yang berfungsi sebagai kantor induk dari kantor atau unit yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah, atau unit kerja di kantor cabang dari suatu bank yang berkedudukan di luar negeri yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional yang berfungsi sebagai kantor induk dari kantor cabang pembantu syariah dan atau unit syariah.<sup>4</sup>

Perbankan syariah atau perbankan islam (*al-Mashrafiyah al-Islamiyah*) adalah suatu sistem manajemen perbankan yang pelaksanaannya berdasarkan hukum islam (syariah). Pembentukan sistem ini berdasarkan adanya larangan dalam agama islam untuk meminjamkan atau memungut pinjaman dengan menggunakan bunga pinjaman (*riba*), serta larangan untuk berinvestasi pada usaha-usaha berkategori terlarang (*haram*).<sup>5</sup>

Firman Allah SWT, Yaitu:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا اتَّقُوْا اللّٰهَ وَذَرُوْا مَا بَقِيَ مِنَ الرِّبَا  
اِنَّ كُنْتُمْ مُّؤْمِنِيْنَ

Artinya:

---

<sup>4</sup> M. Nur Rianto, *Lembaga Keuangan Syariah* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2012), h. 98

<sup>5</sup> Selamat Pohan, "Peranan Penggunaan Agunan Di Bank Islam Hubungannya Dengan Sistem Operasional Perbankan Syariah Di Medan," *jurnalintiqad*, Vol.8, No 2, h. 102

“Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan tinggalkan sisa riba (yang belum dipungut) jika kamu orang-orang yang beriman.”<sup>6</sup>

Bank syariah secara umum adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan kredit dan jasa-jasa lain dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang beroperasi disesuaikan dengan prinsip-prinsip syariah. Oleh karena itu, usaha bank akan selalu berkaitan dengan masalah uang sebagai dagangan utamanya.<sup>7</sup>

Dengan demikian, dapat ditarik kesimpulan bahwa Bank Syariah merupakan lembaga keuangan syariah yang menjalankan tiga fungsi yaitu sebagai perantara penghimpunan dana dari masyarakat, penyaluran dana dari masyarakat dan pelayanan jasa.

#### **b. Akad-akad Bank Syariah**

Berbagai jenis akad yang diterapkan oleh bank syariah dapat dibagi ke dalam lima kelompok pola, yaitu:

##### 1) Akad pola titipan

Akad berpola titipan (*Wadi'ah*) ada dua, yaitu *Wadi'ah yad Amanah* dan *wadi'ah yad Dhamanah*. Pada awalnya, *wadi'ah* muncul dalam bentuk *yad al-amanah* ‘tangan amanah,’ yang kemudian dalam perkembangannya memunculkan *yadh-dhamanah* ‘tangan penanggung’. Akad *Wadi'ah yad Dhamanah* ini akhirnya banyak dipergunakan dalam aplikasi perbankan syariah dalam produk-produk pendanaan.

##### a) Titipan *Wadi'ah yad Amanah*

Secara umum *Wadi'ah* adalah titipan murni dari pihak penitip (*muwaddi'*) yang mempunyai barang/aset kepada pihak penyimpan (*mustawda'*) yang diberi amanah/kepercayaan, baik individu maupun badan hukum, tempat barang yang dititipkan harus dijaga dari kerusakan, kerugian, keamanan, dan keutuhannya, dan dikembalikan kapan saja penyimpan menghendaki.

---

<sup>6</sup> Q.S.Al-Baqarah 2 : 278.

<sup>7</sup> Ibid, 99

b) Titipan *Wadi'ah yad Dhamanah*

Dari prinsip *yad al-amanah* 'tangan amanah' kemudian berkembang prinsip *yadh-dhamanah* 'tangan penanggung' yang berarti bahwa pihak penyimpan bertanggung jawab atas segala kerusakan atau kehilangan yang terjadi pada barang/aset titipan.

2) Akad Pola Pinjaman

Satu-satunya akad berbentuk pinjaman yang diterapkan dalam perbankan syariah adalah *Qardh* dan turunannya *Qardhul Hasan*. Karena bunga dilarang dalam islam, maka pinjaman *Qardh* maupun *Qardhul hasan* merupakan pinjaman tanpa bunga. Lebih khusus lagi, pinjaman *Qardhul Hasan* merupakan pinjaman kebajikan yang tidak bersifat komersial, tetapi bersifat sosial.

a) Pinjaman *Qardh*

*Qardh* merupakan pinjaman kebajikan/lunak tanpa imbalan, biasanya untuk pembelian barang-barang *fungible* (yaitu barang yang dapat diperkirakan dan diganti sesuai berat, ukuran, dan jumlahnya).

3) Akad Pola Bagi Hasil

Akad bank syariah yang utama dan paling penting yang disepakati oleh para ulama adalah akad dengan pola bagi hasil dengan prinsip *mudharabah (trustee profit sharing)* dan *musyarakah (joint venture profit sharing)*. Prinsipnya adalah *al-ghunm bi'l-ghurm* atau *al-kharaj bi'l-daman*, yang berarti bahwa tidak ada bagian keuntungan tanpa ambil bagian dalam risiko, atau untuk setiap keuntungan ekonomi riil harus ada biaya ekonomi ril.<sup>8</sup>

a) *Musyarkah*

*Musyarakah* adalah akad kerja sama antara dua pihak atau lebih untuk usaha tertentu, dimana masing-masing pihak memberikan kontribusi dana (atau amal/*expertise*) dengan

---

<sup>8</sup>Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada,2008), h. 41-48

kesepakatan bahwa keuntungan dan risiko akan ditanggung bersama sesuai dengan kesepakatan di awal.<sup>9</sup>

b) *Mudharabah*

*Mudharabah* merupakan akad bagi hasil ketika pemilik dana/pemodal (pemodal), biasa disebut *shahibul mal*, menyediakan modal 100% kepada pengusaha sebagai pengelola, biasa disebut *mudharib*, untuk melakukan aktivitas produktif dengan syarat bahwa keuntungan yang dihasilkan akan dibagi di antara mereka menurut kesepakatan yang ditentukan sebelumnya dalam akad (yang besarnya juga dipengaruhi oleh kekuatan pasar).<sup>10</sup>

4) Akad Pola Jual Beli

Jual beli atau perdagangan atau perniagaan secara terminologi Fikih islam berarti tukar menukar harta atas dasar saling *ridha* (rela), atau memindahkan kepemilikan dengan imbalan pada sesuatu yang diizinkan.

a) *Murabahah*

*Murabahah* adalah istilah dalam fikih islam yang berarti suatu bentuk jual beli tertentu ketika penjual menyatakan biaya perolehan barang, meliputi harga barang dan biaya-biaya lain yang dikeluarkan untuk memperoleh barang tersebut, dan tingkat keuntungan (margin) yang diinginkan.

b) *Salam*

*Salam* merupakan bentuk jual beli dengan pembayaran di muka dan penyerahan barang di kemudian hari dengan harga, spesifikasi, jumlah, kualitas, tanggal dan tempat penyerahan yang jelas, serta disepakati sebelumnya dalam perjanjian.

c) *Istishna*

*Istishna* adalah memesan kepada perusahaan untuk memproduksi barang atau komoditas tertentu untuk pembeli/pemesan. *Istishna* merupakan salah satu bentuk jual beli

---

<sup>9</sup>Amir dan Rukmana, *Bank Syariah:Teori, Kebijakan, dan Studi empiris di Indonesia* (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2010), h.27

<sup>10</sup>Ibid, h. 60

dengan pemesanan yang mirip dengan *salam* yang merupakan bentuk jual beli *forward* kedua yang dibolehkan oleh syariah.

#### 5) Akad Pola Sewa

Transaksi nonbagi hasil selain yang berpola jual beli adalah transaksi berpola sewa atau ijarah. Ijarah, biasa juga disebut sewa, jasa, atau imbalan, adalah akad yang dilakukan atas dasar suatu manfaat dengan imbalan jasa.

##### a) Ijarah

Sewa atau ijarah dapat dipakai sebagai bentuk pembiayaan, pada mulanya bukan merupakan bentuk pembiayaan, tetapi merupakan aktivitas usaha seperti jual beli. Individu yang membutuhkan pembiayaan untuk membeli aset dapat mendatangi pemilik dana (dalam hal ini bank) untuk membiayai pembelian aset produktif. Pemilik dana kemudian membeli barang dimaksud dan kemudian menyewakannya kepada yang membutuhkan aset tersebut.

##### b) *Ijarah Muntahiya Bittamlik*

*Ijarah muntahiya bittamlik* (IMBT) adalah transaksi sewa dengan perjanjian untuk menjual atau menghibahkan objek sewa di akhir periode sehingga transaksi ini diakhiri dengan alih kepemilikan objek sewa.<sup>11</sup>

#### c. Pembiayaan

##### 1) Pengertian pembiayaan

Pembiayaan merupakan aktivitas bank syariah dalam menyalurkan dana kepada pihak lain selain bank berdasarkan prinsip syariah. Penyaluran dana dalam bentuk pembiayaan didasarkan pada kepercayaan yang diberikan oleh pemilik dana kepada pengguna dana. Pemilik dana percaya kepada penerima dana, bahwa dana dalam bentuk pembiayaan yang diberikan pasti akan terbayar. Penerima pembiayaan mendapat kepercayaan dari pemberi pembiayaan, sehingga penerima pembiayaan berkewajiban untuk mengembalikan

---

<sup>11</sup>Ascarya,*loc. Cit.*

pembiayaan yang telah diterimanya sesuai dengan jangka waktu yang telah diperjanjikan dalam akad pembiayaan.

2) Unsur-unsur pembiayaan

a) Bank Syariah

Merupakan badan usaha yang memberikan pembiayaan kepada pihak lain yang membutuhkan dana.

b) Mitra Usaha/Partner

Merupakan pihak yang mendapatkan pembiayaan dari bank syariah, atau pengguna dana yang disalurkan oleh bank syariah.

c) Kepercayaan (*trust*)

Bank syariah memberikan kepercayaan kepada pihak yang menerima pembiayaan bahwa mitra akan memenuhi kewajiban untuk mengembalikan dana bank syariah sesuai dengan jangka waktu tertentu yang diperjanjikan.

d) Akad

Akad merupakan suatu kontrak perjanjian atau kesepakatan yang dilakukan antara bank syariah dan pihak nasabah/mitra.

e) Risiko

Setiap dana yang disalurkan/diinvestasikan oleh bank syariah selalu mengandung risiko tidak kembalinya dana. Risiko pembiayaan merupakan kemungkinan kerugian yang akan timbul karena dana yang disalurkan tidak dapat kembali.

f) Jangka Waktu

Merupakan periode waktu yang diperlukan oleh nasabah untuk membayar kembali pembiayaan yang telah diberikan oleh bank syariah. Jangka waktu dapat bervariasi antara lain jangka pendek, jangka menengah, dan jangka panjang. Jangka pendek adalah jangka waktu pembayaran kembali pembiayaan hingga 1 tahun. Jangka menengah merupakan jangka waktu yang diperlukan dalam melakukan pembayaran kembali antara 1 hingga 3 tahun. Jangka panjang adalah jangka waktu pembayaran kembali pembiayaan yang lebih dari 3 tahun.

g) Balas Jasa

Sebagai balas jasa atas dana yang disalurkan oleh bank syariah, maka nasabah membayar sejumlah tertentu sesuai dengan akad yang telah disepakati antara bank dan nasabah.

3) Fungsi Pembiayaan

Pembiayaan yang diberikan oleh bank syariah berfungsi membantu masyarakat dalam memenuhi kebutuhan dalam meningkatkan usahanya. Masyarakat merupakan individu, pengusaha, lembaga, badan usaha, dan lain-lain yang membutuhkan dana.

Secara perinci pembiayaan memiliki fungsi antara lain:

a) Pembiayaan dapat meningkatkan arus tukar-menukar barang dan jasa.

Pembiayaan dapat meningkatkan arus tukar barang, hal ini seandainya belum tersedia uang sebagai alat pembayaran, maka pembiayaan akan membantu melancarkan lalu lintas pertukaran barang dan jasa.

b) Pembiayaan merupakan alat yang dipakai untuk memanfaatkan *idle fund*.

Bank dapat mempertemukan pihak yang kelebihan dana dengan pihak yang memerlukan dana. Pembiayaan merupakan satu cara untuk mengatasi gap antara pihak yang memiliki dana dan pihak yang membutuhkan dana.

c) Pembiayaan sebagai alat pengendali harga

Ekspansi pembiayaan akan mendorong meningkatnya jumlah uang yang beredar, dan peningkatan peredaran uang akan mendorong kenaikan harga. Sebaliknya, pembatasan pembiayaan, akan berpengaruh pada jumlah uang yang beredar, dan keterbatasan uang yang beredar di masyarakat memiliki dampak pada penurunan harga.

d) Pembiayaan dapat mengaktifkan dan meningkatkan manfaat ekonomi yang ada.

Pembiayaan *mudharabah* dan *musyarakah* yang diberikan oleh bank syariah memiliki dampak pada kenaikan makro-ekonomi. Mitra (pengusaha), setelah mendapatkan pembiayaan dari bank syariah, akan memproduksi barang, mengolah bahan baku menjadi barang jadi, meningkatkan volume perdagangan, dan melaksanakan kegiatan ekonomi lainnya.

#### 4) Manfaat Pembiayaan

Beberapa manfaat atas pembiayaan yang disalurkan oleh bank syariah kepada mitra usaha antara lain: manfaat pembiayaan bagi bank, debitur pemerintah, dan masyarakat luas.

##### a) Manfaat pembiayaan bagi bank

- (1) Pembiayaan yang diberikan oleh bank kepada nasabah akan mendapat balas jasa berupa bagi hasil, margin keuntungan, dan pendapatan sewa, tergantung pada akad pembiayaan yang telah diperjanjikan antara bank syariah dan mitra usaha (nasabah)
- (2) Pembiayaan akan berpengaruh pada peningkatan profitabilitas bank. Hal ini dapat tercermin pada perolehan laba. Dengan adanya peningkatan laba usaha bank akan menyebabkan kenaikan tingkat profitabilitas bank.
- (3) Pemberian pembiayaan kepada nasabah secara sinergi akan memasarkan produk bank syariah lainnya seperti produk dana dan jasa. Salah satu kewajiban debitur yaitu membuka rekening (giro wadiah, tabungan wadiah, atau tabungan mudharabah) sebelum mengajukan permohonan pembiayaan. Sehingga pembiayaan yang disalurkan oleh bank syariah, secara tidak langsung juga telah memasarkan produk pendanaan maupun produk pelayanan jasa bank.

##### b) Manfaat pembiayaan bagi debitur

- (1) Meningkatkan usaha nasabah. Pembiayaan yang diberikan oleh bank kepada nasabah memberikan manfaat untuk memperluas volume usaha. Pembiayaan untuk membeli

bahan baku, pengadaan mesin dan peralatan, dapat membantu nasabah untuk meningkatkan volume produksi dan penjualan.

- (2) Biaya yang diperlukan dalam rangka mendapatkan pembiayaan dari bank syariah relatif murah, misalnya biaya provisi.
- (3) Nasabah dapat memilih berbagai jenis pembiayaan berdasarkan akad yang sesuai dengan tujuan penggunaannya.

c) Manfaat pembiayaan bagi pemerintah

- (1) Pembiayaan dapat digunakan sebagai alat untuk mendorong pertumbuhan sektor riil, karena uang yang tersedia di bank menjadi tersalurkan kepada pihak yang melaksanakan usaha. Pembiayaan yang diberikan kepada perusahaan untuk investasi atau modal kerja, akan meningkatkan volume produksinya, sehingga peningkatan volume produksi akan berpengaruh pada peningkatan volume usaha dan pada akhirnya akan meningkatkan pendapatan secara nasional.
- (2) Pembiayaan bank dapat digunakan sebagai alat pengendali moneter. Pembiayaan diberikan pada saat dana bank berlebihan atau dengan kata lain pada saat peredaran uang di masyarakat terbatas. Pemberian pembiayaan ini dapat meningkatkan peredaran uang di masyarakat akan bertambah sehingga arus barang juga bertambah. Sebaliknya, dalam hal peredaran uang di masyarakat meningkat, maka pemberian pembiayaan dibatasi, sehingga peredaran uang di masyarakat dapat dikendalikan, sehingga nilai uang dapat stabil.

d) Manfaat Pembiayaan Bagi Masyarakat Luas

- (1) Mengurangi tingkat pengangguran. Pembiayaan yang diberikan untuk perusahaan dapat menyebabkan adanya

tambahan tenaga kerja karena adanya peningkatan volume produksi, tentu akan menambah jumlah tenaga kerja.

- (2) Melibatkan masyarakat yang memiliki profesi tertentu, misalnya akuntan, notaris, *appraisal independent*, asuransi. Pihak ini diperlukan oleh bank untuk mendukung kelancaran pembiayaan.
- (3) Penyimpan dana akan mendapat imbalan berupa bagi hasil lebih tinggi dari bank apabila bank dapat meningkatkan keuntungan atas pembiayaan yang disalurkan.

e) Jenis-Jenis Pembiayaan

Pembiayaan bank syariah dibedakan menjadi beberapa jenis antara lain:

(1) Pembiayaan dilihat dari tujuan penggunaan

Dilihat dari tujuan penggunaannya, pembiayaan dibagi menjadi tiga jenis yaitu pembiayaan investasi, modal kerja, dan konsumsi. Perbedaan masing-masing jenis pembiayaan disebabkan karena adanya perbedaan tujuan penggunaannya. Perbedaan ini juga akan berpengaruh pada cara pencairan, pembayaran angsuran, dan jangka waktunya.

(a) Pembiayaan investasi

Diberikan oleh bank syariah kepada nasabah untuk pengadaan barang-barang modal (aset tetap) yang mempunyai nilai ekonomis lebih dari satu tahun.

(b) Pembiayaan modal kerja

Digunakan untuk memenuhi kebutuhan modal kerja yang biasanya habis dalam satu siklus usaha. Pembiayaan modal kerja ini diberikan dalam jangka pendek yaitu selama-lamanya satu tahun.

(c) Pembiayaan konsumsi

Diberikan kepada nasabah untuk membeli barang-barang untuk keperluan pribadi dan tidak untuk keperluan usaha.

(2) Pembiayaan dilihat dari jangka waktunya

(a) Pembiayaan jangka pendek

Pembiayaan yang diberikan dengan jangka waktu maksimal satu tahun. Pembiayaan jangka pendek biasanya diberikan oleh bank syariah untuk membiayai modal kerja perusahaan yang mempunyai siklus usaha dalam satu tahun, dan pengembaliannya disesuaikan dengan kemampuan nasabah.

(b) Pembiayaan jangka menengah

Diberikan dengan jangka waktu antara satu tahun hingga 3 tahun. Pembiayaan ini dapat diberikan dalam bentuk pembiayaan modal kerja, investasi dan konsumsi.

(c) Pembiayaan jangka panjang

Pembiayaan yang jangka waktunya lebih dari tiga tahun. Pembiayaan ini pada umumnya diberikan dalam bentuk pembiayaan investasi, misalnya untuk pembelian gedung, pembangunan proyek, pengadaan mesin dan peralatan, yang nominalnya besar serta pembiayaan konsumsi yang nilainya besar, misalnya pembiayaan untuk pembelian rumah.

(3) Pembiayaan dilihat dari sektor usaha

(a) Sektor industri

Pembiayaan yang diberikan kepada nasabah yang gerak dalam sektor industri, yaitu sektor usaha yang mengubah bentuk dari bahan baku menjadi barang jadi atau mengubah suatu barang menjadi barang lain yang memiliki faedah lebih tinggi. Beberapa contoh sektor industri antara lain: industri elektronik, pertambangan, kimia, dan tekstil.

(b) Sektor perdagangan

Pembiayaan ini diberikan kepada pengusaha yang bergerak dalam bidang perdagangan, baik perdagangan kecil, menengah dan besar. Pembiayaan ini diberikan

dengan tujuan untuk memperluas usaha nasabah dalam usaha perdagangan, misalnya untuk memperbesar jumlah penjualan atau memperbesar pasar.

(c) Sektor pertanian, peternakan, perikanan, dan perkebunan

Pembiayaan ini diberikan dalam rangka meningkatkan hasil disektor pertanian, perkebunan, dan peternakan, serta perikanan.

(d) Sektor jasa

Beberapa sektor jasa yang dapat diberikan kredit oleh bank adalah jasa pendidikan, jasa rumah sakit, jasa angkutan, jasa lainnya.

(e) Sektor Perumahan

Bank syariah memberikan pembiayaan kepada mitra usaha yang bergerak di bidang pembangunan perumahan. Pada umumnya diberikan dalam bentuk pembiayaan konstruksi, yaitu pembiayaan untuk pembangunan perumahan. Cara pembayaran kembali yaitu dipotong dari rumah yang telah terjual.

(4) Pembiayaan dilihat dari segi jaminan

(a) Pembiayaan dengan jaminan

Pembiayaan dengan jaminan merupakan jenis pembiayaan yang didukung dengan jaminan (agunan) yang cukup. Agunan atau jaminan dapat digolongkan menjadi jaminan perorangan, benda berwujud, dan benda tidak berwujud.

(b) Pembiayaan tanpa jaminan

Pembiayaan yang diberikan kepada nasabah tanpa didukung adanya jaminan. Pembiayaan ini diberikan oleh bank syariah atas dasar kepercayaan.

(5) Pembiayaan dilihat dari jumlahnya

(a) Pembiayaan retail

Merupakan pembiayaan yang diberikan kepada individu atau pengusaha dengan skala usaha sangat kecil. Jumlah pembiayaan yang dapat diberikan hingga Rp 350.000.000,-. Pembiayaan ini dapat diberikan dengan tujuan konsumsi, investasi kecil, dan pembiayaan modal kerja.

(b) Pembiayaan menengah

Pembiayaan yang diberikan kepada pengusaha pada level menengah, dengan batasan antara Rp 350.000.000,- hingga Rp 5.000.000.000,-

(c) Pembiayaan korporasi

Merupakan pembiayaan yang diberikan kepada nasabah dengan jumlah nominal yang besar dan diperuntukkan kepada nasabah besar (korporasi). Misalnya, jumlah pembiayaan lebih dari Rp 5.000.000.000,- dikelompokkan dalam pembiayaan korporasi. Dalam praktiknya, setiap bank mengelompokkan pembiayaan korporasi sesuai dengan skala bank masing-masing, sehingga tidak ada ukuran yang jelas tentang batasan minimal pembiayaan korporasi.<sup>12</sup>

**d. Pelayanan jasa bank syariah**

Pelayanan jasa bank merupakan produk jasa bank yang diberikan kepada nasabah untuk memenuhi kebutuhannya. Bank menawarkan produk jasa dengan tujuan untuk memberikan pelayanan kepada nasabah bank atau pihak lain yang memerlukannya. Dengan memberikan pelayanan jasa bank, maka bank akan memperoleh pendapatan. Pendapatan yang diperoleh bank yang berasal dari pendapatan atas produk jasa disebut dengan *fee based income*.

Semakin ketatnya persaingan antarbank, membuat bank berlomba-lomba untuk memberikan pelayanan jasa yang sangat baik. Pelayanan jasa bank akan menimbulkan dampak positif terhadap perkembangan usaha bank. Pelayanan jasa yang umum diberikan oleh bank syariah

---

<sup>12</sup>Ismail, *Perbankan Syariah* (Jakarta: Kencana, 2017), h. 105-119

menggunakan berbagai jenis akad sesuai dengan karakteristik masing-masing jasa bank syariah.

1) *Al-Wakalah*

*Wakalah* merupakan akad antara dua pihak yang mana pihak satu menyerahkan, mendelegasikan, mewakilkan, atau memberikan mandat kepada pihak lain, dan pihak lain menjalankan amanat sesuai permintaan pihak yang mewakilkan. *Al-Wakalah* dapat diartikan sebagai pelimpahan kekuasaan seseorang kepada orang lain dalam menjalankan amanat tertentu. Dalam aplikasi perbankan, bank syariah sebagai penerima mandat, mendapat kuasa dari nasabah untuk mewakili urusannya.

2) *Al-Kafalah*

Merupakan jaminan yang diberikan oleh pemberi jaminan (penanggung) kepada pihak lain untuk memenuhi kewajiban pihak yang ditanggung.

3) *Al-Hawalah*

*Al-hawalah* atau *al-hiwalah* merupakan pemindahan kewajiban membayar utang dari orang yang berutang kepada orang yang berutang lainnya. *Al-hawalah* juga diartikan pengalihan kewajiban membayar utang dari beban pihak pertama kepada pihak lain yang berutang kepadanya atas dasar saling memercayai.

4) *Ar-Rahn*

*Ar-rah*n atau *rahn* merupakan perjanjian penyerahan barang yang digunakan sebagai agunan untuk mendapatkan fasilitas pembiayaan. *Rahn* juga diartikan sebagai jaminan terhadap utang yang mungkin dijadikan sebagai pembayar kepada pemberi utang baik seluruhnya atau sebagian apabila pihak yang berutang tidak mampu melunasinya.

5) *Al-Qard*

Merupakan fasilitas pembiayaan yang diberikan oleh bank syariah dalam membantu pengusaha kecil. Pembiayaan *qard* diberikan tanpa adanya imbalan.

## 6) As-Sharf

Merupakan pelayanan jasa bank syariah dalam pertukaran mata uang. Pertukaran antara valas dan rupiah dibolehkan apabila pertukaran ini tidak ditujukan untuk spekulasi.<sup>13</sup>

## 2. Minat

Minat ialah kecenderungan hati, gairah atau keinginan yang tinggi terhadap sesuatu.<sup>14</sup> Minat muncul dari dalam diri individu karena tertarik pada suatu hal dan hal tersebut drasa berguna atau bermanfaat bagi kebutuhan hidupnya. Minat dapat juga diartikan sebagai dorongan atau daya penggerak. Minat menggerakkan seseorang untuk melakukan suatu hal, termasuk dalam hal memilih.

Minat juga dikenal sebagai keputusan pemakaian atau pembelian jasa/produk tertentu. Keputusan pembelian merupakan suatu proses pengambilan keputusan atas pembelian yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau tidak melakukan pembelian dan keputusan tersebut diperoleh dari kegiatan-kegiatan sebelumnya yaitu kebutuhan dan dana yang dimiliki.<sup>15</sup>

Menurut Shaleh dan Wahab (2004), minat dapat dibagi menjadi tiga macam (berdasarkan timbulnya, berdasarkan arahnya, dan cara mengungkapkannya) yaitu sebagai berikut:

- a. Berdasarkan timbulnya, minat dapat dibedakan menjadi minat primitif dan minat kultural. Minat primitif adalah minat yang timbul karena kebutuhan biologis atau jaringan-jaringan tubuh. Sedangkan minat kultural atau minat sosial adalah minat yang timbul karena proses belajar.
- b. Berdasarkan arahnya, minat dapat dibedakan menjadi minat intrinsik dan ekstrinsik. Minat intrinsik adalah minat yang langsung berhubungan dengan aktivitas itu sendiri. Minat ekstrinsik adalah minat yang berhubungan dengan tujuan akhir dari kegiatan tersebut.

---

<sup>13</sup>Ibid, h. 199-221

<sup>14</sup>Anton M. Moeliono, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1999) h.

<sup>15</sup>Sofyan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2011) h. 141

- c. Berdasarkan cara mengungkapkan, minat dapat dibedakan menjadi empat yaitu:
- 1) *Expressed interest*; minat yang diungkapkan dengan cara meminta kepada subyek untuk menyatakan kegiatan yang disenangi maupun tidak, dari jawabannya dapat diketahui minatnya.
  - 2) *Manifest interest*; minat yang diungkapkan dengan melakukan pengamatan langsung.
  - 3) *Tested interest*; minat yang diungkapkan dengan cara menyimpulkan dari hasil jawaban tes objektif, dan
  - 4) *Inventoried interest*; minat yang diungkapkan dengan menggunakan alat-alat yang sudah distandarisasikan.<sup>16</sup>

### 3. Generasi Y

Generasi y atau yang sering dikenal dengan generasi *millenials* adalah generasi yang lahir setelah tahun 1980 hingga 1995. Generasi Y merupakan generasi yang lahir dalam posisi perkembangan sosial ekonomi di indonesia yang relatif sudah stabil.<sup>17</sup>

Generasi y memiliki peluang dan kesempatan berinovasi yang sangat luas. Terciptanya ekosistem digital berhasil menciptakan beraneka ragam bidang usaha tumbuh menjamur di indonesia. Dari sisi pendidikan, generasi y juga memiliki kualitas yang lebih unggul. Generasi ini juga mempunyai minat untuk melanjutkan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi.

Dari sisi pola pikir, generasi y memiliki perbedaan dengan generasi sebelumnya. Generasi ini dilahirkan dan dibesarkan pada saat gejolak ekonomi, politik, dan sosial melanda indonesia. Deru reformasi mampu memberikan dampak yang mendalam bagi generasi y atau *millenials*. Generasi tersebut tumbuh menjadi individu-individu yang open minded, kritis

---

<sup>16</sup>Mahardika Dinda, Hubungan *Brand Image* Syaria Dan Tingkat Religiusitas Terhadap Minat Menjadi Nasabah, Skripsi. Surabaya: Fakultas Psikologi Dan Kesehatan UIN SBY. 2015. H 31-32

<sup>17</sup>Neila Dan Bhina, *Psikologi Untuk Indonesia Maju Dan Beretika*, (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2018) h. 115

dan berani. Hal tersebut juga didukung dengan kondisi pemerintahan saat ini yang lebih terbuka dan kondusif.<sup>18</sup>

Generasi y atau *millenials* dikatakan memiliki mobilitas yang tinggi dan kecenderungan kurang penyabar. Jika dibandingkan dengan generasi sebelumnya, generasi y tumbuh pada lingkungan dengan paparan teknologi sehingga mereka lebih cepat beradaptasi dengan perkembangan teknologi yang ada. Hasil dari penelitian Anindia Dkk, yang menunjukkan preferensi terhadap layanan digital seperti ATM, layanan bank yang cepat dan efisien, serta ketersediaan *internet banking*, semakin memperkuat karakteristik generasi ini yang memiliki kecenderungan mobilitas tinggi sehingga mereka membutuhkan efisiensi baik dari segi proses maupun waktu dalam melakukan kegiatan transaksi keuangan pada perbankan.<sup>19</sup>

#### **4. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kurangnya Minat Generasi Y Dalam Menggunakan Jasa Bank Syariah.**

##### **a. Pengetahuan**

Salah satu faktor yang penting dalam membentuk tindakan seseorang adalah pengetahuan. Yang mana dengan pengetahuan seseorang mendapatkan fakta dan informasi baru. Pengetahuan adalah hasil penginderaan manusia atau hasil tahu seseorang terhadap objek melalui indera yang dimilikinya, yaitu indra penglihatan, penciuman, rasa dan raba.<sup>20</sup>

Pengetahuan dalam hal ini adalah segala sesuatu yang berkaitan dengan bank syariah, baik tentang apa itu bank syariah, produk-produk yang ada di dalam bank syariah, sistem apa yang ada diterapkan pada bank syariah, maupun hal lainnya yang berkaitan dengan bank syariah. Nasabah tidak tertarik atau kurang minat untuk menggunakan jasa bank syariah bisa jadi karena kurang memahami atau minimnya pengetahuan nasabah tentang perbankan syariah.

---

<sup>18</sup>Indah budiati et.al, *Statistik Gender Tematik: Profil Generasi Millenial Indonesia*, (Jakarta: Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak, 2018), h.17-20

<sup>19</sup> Anindia et.al, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pemilihan Bank Pada Generasi Milenial Di Jabodetabek," Dalam *Indonesia Business Review*, vol 1, h. 10.

<sup>20</sup>Notoatmodjo, *Promosi Kesehatan: Teori dan Aplikasinya*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2005) h.121

Pengetahuan dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti: pengalaman, pendidikan, keyakinan, penghasilan, sosial lingkungan, dan sebagainya. Semakin banyak pengalaman yang diperoleh dari diri sendiri maupun orang lain, maka semakin bertambah juga pengetahuan yang kita dapatkan.

Pengetahuan yang mencakup dalam domain kognitif ada 6 (enam) tingkatan, yaitu:

1) Tahu (*know*)

Tahu diartikan sebagai mengingat suatu materi yang telah dipelajari sebelumnya setelah mengamati sesuatu sehingga merupakan tingkat pengetahuan yang paling rendah. Kata kerja untuk mengukur bahwa orang tahu tentang apa yang dipelajari antara lain menyebutkan, menguraikan, menyatakan, mendefinisikan, dan sebagainya.

2) Memahami (*comprehension*)

Memahami diartikan sebagai suatu kemampuan untuk menjelaskan secara benar tentang obyek yang diketahui dan dapat menginterpretasikan materi tersebut, sehingga orang paham terhadap suatu materi tersebut. Kata kerja untuk kemampuan ini adalah dapat menjelaskan, menyebutkan contoh atau menyimpulkan obyek yang dipelajari.

3) Aplikasi (*application*)

Yaitu kemampuan untuk menggunakan materi yang telah dipelajari pada situasi atau kondisi, seperti penggunaan hukum-hukum, rumus, metode, prinsip, ciri-ciri, dan sebagainya.

4) Analisis (*analysis*)

Yaitu suatu kemampuan menjabarkan materi atau komponen-komponen, tetapi masih ada kaitannya satu sama lain. Kata kerja untuk kemampuan ini yaitu membedakan, mengelompokkan, menggambarkan, memisahkan dan sebagainya.

5) Sintesis (*synthesis*)

Sintesis merupakan suatu kemampuan untuk menghubungkan bagian-bagian di dalam suatu formulasi yang baru.

6) Evaluasi (*evaluation*)

Evaluasi berkaitan dengan kemampuan untuk melakukan *justifikasi* atau penilaian terhadap materi suatu materi berdasarkan kriteria yang ditentukan sendiri maupun menggunakan kriteria yang telah ada.<sup>21</sup>

**b. Promosi**

Dalam kegiatan ini, setiap bank berusaha untuk mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya baik langsung maupun tidak langsung. Tanpa promosi nasabah tidak akan dapat mengenal bank. Oleh karena itu, promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya. Promosi bank akan menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah yang baru. Kemudian, promosi juga berfungsi mengingatkan nasabah akan produk, promosi juga ikut mempengaruhi nasabah untuk membeli dan akhirnya promosi juga akan meningkatkan citra bank dimata parana sabahnya.<sup>22</sup>

Dalam praktiknya paling tidak ada empat macam sarana promosi yang dapat digunakan oleh setiap bank dalam mempromosikan baik produk maupun jasanya. Pertama, promosi melalui periklanan (*advertising*). Kedua, melalui promosi penjualan (*sales promotion*). Ketiga, publisitas (*publicity*), dan keempat adalah promosi melalui penjualan pribadi (*personal selling*).<sup>23</sup>

Keempat macam sarana promosi yang dapat digunakan adalah:

1) Periklanan (*advertising*)

Iklan adalah sarana promosi yang digunakan oleh bank guna menginformasikan, menarik, dan memengaruhi calon nasabahnya.

Penggunaan promosi dengan iklan dapat dilakukan dengan berbagai

---

<sup>21</sup> Ayu Retno, Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kurangnya Minat Masyarakat Muslim Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Masyarakat Muslim Di Kabupaten Bantul, Yogyakarta), Skripsi. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi UMY. 2016. H. 30-31

<sup>22</sup> Kashmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2010), h. 53

<sup>23</sup> Ibid, h. 54

media seperti lewat pemasangan *billboard* di jalan-jalan strategis, percetakan brosur baik disebar di setiap cabang atau pusat-pusat perbelanjaan, pemasangan spanduk di lokasi tertentu yang strategis, pemasangan melalui Koran, majalah, televisi, radio dan media lainnya.

#### 2) Promosi penjualan (*sales promotion*)

Di samping promosi lewat iklan, promosi lainnya dapat dilakukan melalui promosi penjualan atau *sales promotion*. Tujuan promosi penjualan adalah meningkatkan penjualan atau untuk meningkatkan jumlah nasabah. Promosi penjualan dilakukan untuk menarik nasabah untuk segera membeli setiap produk atau jasa yang ditawarkan. Oleh karena itu, agar nasabah tertarik untuk membeli maka perlu dibuatkan promosi penjualan yang semenarik mungkin.

#### 3) Publisitas (*publicity*)

Promosi yang ketiga adalah publisitas. Publisitas merupakan kegiatan promosi untuk memancing nasabah melalui kegiatan seperti pameran, bakti social, perlombaan cerdas cermat, kuis serta kegiatan lainnya melalui berbagai media.

Kegiatan publisitas dapat meningkatkan pamor bank di mana para nasabahnya, baik secara langsung atau tidak langsung. Oleh karena itu, kegiatan publisitas perlu diperbanyak lagi.

#### 4) Penjualan pribadi (*personel selling*)

Kegiatan promosi yang keempat adalah penjualan pribadi atau *personal selling*. Dalam dunia perbankan penjualan pribadi secara umum dilakukan oleh seluruh pegawai bank, mulai dari *cleaning service*, satpam sampai pejabat bank. Secara khusus *personal selling* dilakukan oleh petugas *customer service* atau *service assistensi*.<sup>24</sup>

### c. Lokasi

Lokasi merupakan tempat melayani konsumen, dapat pula diartikan sebagai tempat untuk memajang barang-barang dagangannya.<sup>25</sup> Lokasi usaha juga dapat didefinisikan sebagai tempat perusahaan beroperasi atau

<sup>24</sup>Kasmir, "Manajemen Perbankan", (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), h. 247-249

<sup>25</sup> Kasmir, "Marketing dan kasus-kasus pilihan", (Jakarta: CAPS, 2006), h.129

tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya.<sup>26</sup>

Faktor Lokasi merupakan hal yang perlu diperhatikan. Tempat yang strategis, atau dekat dengan konsumen, akan memudahkan konsumen mendatangi tempat dimana mereka bisa menemukan jasa yang konsumen butuhkan dan sebaliknya. Pemilihan tempat/lokasi memerlukan pertimbangan cermat terhadap dimensi-dimensi/faktor-faktor berikut:

- 1) Akses lokasi, misalnya lokasi yang dilalui atau mudah dijangkau sarana transportasi umum.
- 2) Visibilitas, yaitu lokasi atau tempat yang dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal.
- 3) Lalu lintas (*traffic*), menyangkut dan pertimbangan utama:
  - a) Banyaknya orang yang lalu lalang bisa memberikan peluang besar terhadap terjadinya buying, yaitu keputusan pembelian yang sering terjadi spontan, tanpa perencanaan dan atau tanpa melalui usaha-usaha khusus.
  - b) Kepadatan dan kemacetan lalu lintas bisa juga jadi hambatan.
- 4) Tempat parkir yang luas, nyaman dan aman, baik untuk kendaraan roda dua maupun roda empat.
- 5) Eskpansi, yaitu tersedianya tempat yang cukup luas apabila ada perluasan di kemudian hari.
- 6) Lingkungan, yaitu daerah sekitar yang mendukung produk yang ditawarkan. Sebagai contoh, restoran/rumah makan berdekatan dengan daerah pondokan, asrama, mahasiswa kampus, sekolah, perkantoran dan sebagainya.
- 7) Kompetisi, yaitu lokasi pesaing.
- 8) Peraturan pemerintah, misalnya ketentuan yang melarang yang tidak baik bagi kesehatan.<sup>27</sup>

Menentukan lokasi merupakan suatu tugas penting bagi pemasar, karena keputusan yang salah dapat mengakibatkan kegagalan. Lokasi kantor mempengaruhi minat nasabah untuk melakukan transaksi, jika

---

<sup>26</sup> Fandy Tjiptono, “*Manajemen Operasional*”, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2009), h.96

<sup>27</sup> Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa* (Yogyakarta: CV. ANDI OFFSET, 2014), h.159

letak kantornya jauh dari tempat tinggal calon nasabah maka nasabah pun kurang tertarik untuk melakukan transaksi. Perlu adanya penyebaran lokasi kantor yang merata, tidak hanya di perkotaan saja tetapi juga ke pelosok pedesaan, agar memudahkan nasabah untuk menabung ataupun melakukan transaksi lainnya.<sup>28</sup>

## B. Penelitian Yang Relevan

Secara umum penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kurangnya minat generasi y dalam menggunakan jasa bank syariah telah banyak dilakukan, diantaranya:

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Nama Peneliti, Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Ayu Retno Sari (2016)	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kurangnya Minat Masyarakat Muslim Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Masyarakat Muslim Di Kabupaten Bantul, Yogyakarta)	Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode Regresi Linier Berganda.	Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan hal ini menunjukkan bahwa variabel fasilitas pelayanan, pengetahuan dan promosi berpengaruh signifikan dan positif terhadap kurangnya minat masyarakat muslim di Kabupaten Bantul untuk menabung di bank syariah. sedangkan variabel lokasi tidak

<sup>28</sup> Ayu Retno, loc Cit.

				berpengaruh signifikan dan negatif terhadap kurangnya minat masyarakat muslim di kabupaten bantul untuk menabung di bank syariah.
2.	Rifa'atul Machmudah (2009)	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Non Muslim Menjadi Nasabah Di Bank Syariah (Studi Pada Bank CIMB Niaga Syariah)	Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan metode analisis regresi linear berganda.	Diperoleh hasil bahwa semua variabel independen secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah non muslim menjadi nasabah di bank syariah (Bank CIMB Niaga Syariah Cabang Semarang), dengan besarnya koefisien masing-masing adalah <i>profit sharing</i> (23,7), pelayanan (22,2), promosi (18,5), Lokasi (12,7), reputasi (12,2), dan religious stimulasi (7,9).
3.	Chrisna Very Yudhiarta (2012)	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Bank	Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan analisis regresi linear berganda.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel pelayanan, bagi hasil, keyakinan dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap

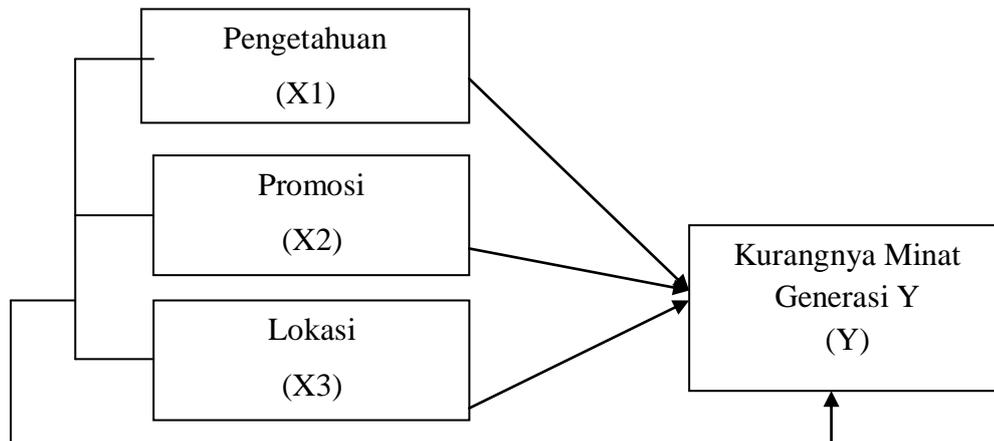
		Mega Mitra Syariah Cabang Sragen).		minat menabung di Bank Mega Mitra Syariah Cabang Sragen, dan variabel yang memiliki pengaruh paling besar adalah variabel pelayanan.
4.	Evi Yupitri dan Raina Linda Sari(2012)	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Non Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah Mandiri Di Medan	Penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa fasilitas pelayanan (X1), Promosi (X2), dan Produk(X3) berpengaruh signifikan terhadap keputusan non muslim menjadi nasabah bank syariah dengan nilai korelasi masing-masing sebesar (X1) 0,4690 masuk dalam kategori sedang, (X2) 0,730 yang termasuk dalam kategori kuat, dan (X3) 0,529 termasuk kategori sedang.
5.	Fitra Zuli Taufan (2014)	Faktor-Faktor Yang Menyebabkan Mahasiswa Fakultas Agama Islam Program Studi Muamalat (Syariah)	Penelitian menggunakan <i>field research</i> (penelitian lapangan) dengan menggunakan	Berdasarkan hasil penelitian, faktor yang menyebabkan responden tidak menabung di bank syariah meliputi faktor

		Universitas Muhammadiyah Surakarta Tidak Menabung Di Bank Syariah	metode deskriptif kualitatif.	lokasi bank syariah yang kurang strategis jauh dari tempat pemukiman mahasiswa, pelayanan bank syariah yang kurang memuaskan, keberadaan ATM yang hanya berada di perkotaan saja tidak seperti bank konvensional yang hingga ke pelosok, administrasi potongan bulanan di bank syariah lebih mahal jika dibandingkan dengan konvensional, dan alasan belum percaya sepenuhnya terhadap bank syariah yang masih melegalkan sistem riba.
--	--	---	-------------------------------	--

### C. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan teori dan penjelasan yang telah diuraikan diatas, dalam penelitian ni aspek-aspek diukur dari kurangnya minat generasi y dalam menggunakan jasa bank syariah meliputi: faktor pengetahuan, faktor promosi dan faktor lokasi. *Pertama*, faktor pengetahuan, dimana pengetahuan merupakan salah satu faktor pendukung penting bagi seseorang atau masyarakat dalam menentukan pilihan terhadap suatu hal, termasuk dalam menentukan pilihan dimana mereka akan menitipkan dananya. *Kedua*, faktor promosi, promosi merupakan kegiatan

atau strategi yang dilakukan untuk memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa yang ada pada bank tersebut. *Ketiga*, faktor lokasi, lokasi yang strategis jarak tempuh dan daerah yang aman akan mempengaruhi minat masyarakat dalam menggunakan jasa bank syariah.



**Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran**

#### **D. Hipotesis**

1.  $H_o$  : Tidak terdapat pengaruh pengetahuan pada generasi Y terhadap kurangnya minat menggunakan jasa bank syariah.  
 $H_a$  : Terdapat pengaruh pengetahuan pada generasi Y terhadap kurangnya minat menggunakan jasa bank syariah.
2.  $H_o$  : Tidak terdapat pengaruh promosi pada generasi Y terhadap kurangnya minat menggunakan jasa bank syariah.  
 $H_a$  : Terdapat pengaruh promosi pada generasi Y terhadap kurangnya minat menggunakan jasa bank syariah.
3.  $H_o$  : Tidak terdapat pengaruh lokasi pada generasi Y terhadap kurangnya minat menggunakan jasa bank syariah.  
 $H_a$  : Terdapat pengaruh lokasi pada generasi Y terhadap kurangnya minat menggunakan jasa bank syariah.
4.  $H_o$  : Tidak terdapat pengaruh pengetahuan, promosi dan lokasi pada generasi Y terhadap kurangnya minat menggunakan jasa bank syariah.  
 $H_a$  : Terdapat pengaruh pengetahuan, promosi dan lokasi pada generasi Y terhadap kurangnya minat menggunakan jasa bank syariah.

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Metode Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan dengan metode kuantitatif. Metode penelitian merupakan upaya sistematis untuk menyelidiki suatu masalah dan mencari solusinya dengan cara mengumpulkan data-data yang berkaitan dengan penelitian. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang pengalihan datanya berupa angka-angka. Kemudian dilakukan pengujian terhadap teori yang sudah ada, sehingga hasilnya bisa berupa penguatan, bantahan, atau modifikasi terhadap teori tersebut.<sup>29</sup>

#### **B. Lokasi dan Waktu Penelitian**

##### **1. Lokasi Penelitian**

Dalam penelitian ini peneliti mengambil lokasi di Kepenghuluan Bagan Batu Barat, Kecamatan Bagan Sinembah, Kabupaten Rokan Hilir, Riau.

##### **2. Waktu Penelitian**

Waktu penelitian adalah jadwal lamanya peneliti yang akan dilakukan, sampai pada akhir penelitian. Adapun waktu penelitian rencana dilaksanakan mulai pada bulan April 2020.

---

<sup>29</sup>Lexy J. Moelong, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 1991), h. 3

**Tabel 3.1**  
**Rincian Waktu Penelitian**

No	Kegiatan	2020																											
		Jan		Feb				Maret				April				Mei				Juni				Juli				Agustus	
		3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2
1	Pengajuan Judul	■	■																										
2	Penulisan Proposal			■	■	■	■																						
3	Bimbingan Proposal			■	■	■	■	■	■	■	■																		
4	Seminar Proposal											■																	
5	Penulisan Skripsi															■	■	■	■	■	■	■	■						
6	Bimbingan Skripsi																							■	■	■	■		
7	Sidang Meja Hijau																												■

## C. Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel

### 1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>30</sup> Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat di kepenghuluan bagan batu barat kecamatan bagan sinembah yang berjumlah 7.875 orang.

### 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.<sup>31</sup> Untuk menghitung besarnya ukuran sampel yang akan diteliti dapat dilakukan dengan menggunakan *Slovin* yaitu sebagai berikut:<sup>32</sup>

---

Keterangan:

$n$  = Jumlahsampel

$N$  = JumlahPopulasi

$e$  = *Error margin*

---

Berdasarkan rumus diatas,  $N$  adalah jumlah populasi sebesar 7.875 dan *error term* adalah sebesar 10%, maka dapat diperoleh sampel sebesar 99 responden. Maka sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagian populasi masyarakat bagan batu barat dengan jumlah 99 responden.

### 3. Teknik Penarikan Sampel

Dalam penelitian ini teknik yang digunakan untuk pengambilan sampel adalah teknik *non-probability sampling*. *Non probability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan

---

<sup>30</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 115

<sup>31</sup> Ibid, h. 116

<sup>32</sup> Widodo, *Metodologi Penelitian Populer dan Praktis*, (Depok: PT Rajagrafindo, 2019),

yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.<sup>33</sup>

Di dalam teknik *non-probability sampling* terdapat empat teknik sampel yang berbeda-beda yakni *incidental sampling*, *judgment/purposive sampling*, *quotas sampling*, dan *snowball sampling*.<sup>34</sup>Peneliti menggunakan *purposive sampling*, dimana penentuan sampel didasarkan pada karakteristik atau ciri-ciri tertentu berdasarkan ciri atau sifat populasinya.<sup>35</sup>Adapun kriteria yang peneliti lakukan adalah masyarakat yang tidak menggunakan jasa bank syariah dan yang lahir setelah tahun 1980 hingga 1995 atau disebut dengan generasi y.

#### **D. Variabel Penelitian**

Variabel Penelitian adalah obyek penelitian atau apa yang menjadi titik perhatian suatu penelitian.<sup>36</sup> Sesuai dengan penelitian yang dilakukan mengenai Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kurangnya Minat Generasi Y Dalam Menggunakan Jasa Bank Syariah Di Kepenghuluan Bagan Batu Barat, Kecamatan Bagan Sinembah, maka variabel penelitian ini adalah sebagai berikut:

##### 1. Variabel Bebas (Independen Variabel) (X)

Variabel bebas atau independen merupakan sebab yang diperkirakan dari beberapa perubahan dalam variabel terikat. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen atau variabel bebas adalah faktor-faktor yang mempengaruhi kurangnya minat generasi y. Adapun faktor-faktor tersebut adalah pengetahuan, promosi dan lokasi.

##### 2. Variabel Terikat (Dependen Variabel) (Y)

Variabel terikat atau dependen merupakan faktor utama yang ingin dijelaskan atau diprediksi dan dipengaruhi oleh beberapa faktor lain. Dalam penelitian ini variabel terikat adalah kurangnya minat generasi y dalam menggunakan jasa bank syariah.

---

<sup>33</sup>Ibid, h.120

<sup>34</sup> Ibid, h. 117

<sup>35</sup> Widodo, h. 70

<sup>36</sup>Asrof Syafi'i, *Metodologi Penelitian Pendidikan*, (Surabaya: eLKAF,2005), h.126

## E. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional adalah kegiatan pengukuran variabel penelitian dilihat berdasarkan ciri-ciri spesifik yang tercermin dalam dimensi-dimensi atau indikator-indikator variabel penelitian.<sup>37</sup>Adapun definisi dari variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

### 1. Pengetahuan

Pengetahuan adalah hasil penginderaan manusia atau hasil tahu seseorang terhadap objek melalui indera yang dimilikinya, yaitu indra penglihatan, penciuman, rasa dan raba.<sup>38</sup> Pengetahuan merupakan salah satu faktor pendukung penting bagi seseorang atau masyarakat dalam menentukan pilihan terhadap suatu hal.

Dalam penelitian ini pengetahuan yang dimaksud peneliti adalah segala sesuatu yang berkaitan dengan bank syariah, baik tentang apa itu bank syariah, produk-produk apa saja yang ditawarkan, sistem apa yang diterapkan dan maupun hal lainnya yang berkaitan dengan bank syariah.

### 2. Promosi

Menurut Fandy Tjiptono, pada hakikatnya promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran. Yang dimaksud komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk, dan mengingatkan pasar sasaran atas produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.<sup>39</sup>

Promosi yang dimaksud peneliti dalam penelitian ini adalah teknik promosi, media promosi dan metode promosi yang digunakan bank syariah dalam menarik minat nasabah.

### 3. Lokasi

Menurut kasmir lokasi merupakan tempat melayani konsumen, dapat pula diartikan sebagai tempat untuk memajangkan barang-barang

---

<sup>37</sup>Widodo, h. 82

<sup>38</sup>Notoatmodjo, *Promosi Kesehatan: Teori dan Aplikasinya*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2005) h.121

<sup>39</sup> Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, edisi ke-2, (Yogyakarta: Andi, 2001), hal. 219

dagangannya.<sup>40</sup> Dalam hal ini lokasi yang dimaksud peneliti berkaitan dengan akses lokasi bank syariah, jarak tempuh dan kenyamanan lokasi bank syariah.

#### F. Teknik Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data dari lapangan penelitian, penulis menggunakan salah satu teknik yaitu angket atau kuisioner, mengajukan daftar pertanyaan tertulis yang dilengkapi alternatif jawaban kepada para generasi y yang ada di kepenghuluhan bagan batu barat. kuisioner ini menggunakan skala likert dengan lima pilihan jawaban. Penskoran jawaban skala ini diuraikan dalam tabel berikut:

**Tabel 3.2**  
**Skala Likert**

Pertanyaan	Bobot
1. Sangat Setuju (SS)	5
2. Setuju (S)	4
3. Kurang Setuju (KS)	3
4. Tidak Setuju (TS)	2
5. Sangat Tidak Setuju (STS)	1

#### G. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat yang digunakan untuk mengumpulkan data penelitian.<sup>41</sup> Dalam penelitian ini peneliti menggunakan dua variabel, variabel terikat dan variabel bebas. Dari dua variabel tersebut memiliki indikator pernyataan, adapun pernyataan tersebut adalah:

**Tabel 3.3**  
**Indikator Instrumen Faktor yang mempengaruhi kurangnya minat**

	INDIKATOR		Item Pernyataan
1	Pengetahuan	a. Pengetahuan sistem perbankan	2
		b. Pengetahuan produk yang ditawarkan	2
		c. Citra perbankan	2
2	Promosi	a. Periklanan	2
		b. Promosi penjualan	2
		c. Penjualan langsung	2

<sup>40</sup> Kasmir, *Marketing dan kasus-kasus pilihan*, (Jakarta: CAPS,2006), h.129

<sup>41</sup>Widodo, h. 89

3	Lokasi	a. Akses	2
		b. Jarak tempuh lokasi	2
		c. Tempat parkir yang luas	1
		d. Kenyamanan lokasi	1

**Tabel 3.4**

**Indikator Instrumen Kurangnya Minat Menggunakan Jasa Bank Syariah**

	INDIKATOR	Item Pernyataan
a.	Informasi	3
b.	Ketertarikan	3

**H. Teknik Analisis Data**

**1. Uji Validitas dan Uji Reabilitas Instrumen**

**a. Uji Validitas**

Validitas adalah suatu pengukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan ukuran suatu instrument terhadap konsep yang diteliti. Sebuah instrument dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan. Sebuah instrument dikatakan valid dapat mengungkap data dari variable yang diteliti secara tepat.<sup>42</sup>

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid tidaknya suatu kuisioner. Suatu kuisioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuisioner mampu untuk mengungkapkan suatu yang akan diukur oleh kuisioner tersebut. Jika validitas tinggi, maka data yang akan menunjukkan tidak adanya penyimpangan. Rumus yang akan digunakan untuk validitas adalah:

---

Keterangan:

= Koefisien Korelasi X dan Y

N = Jumlah Responden

X = Skor Tiap Item

Y = Skor Total

---

<sup>42</sup>Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), h. 211

Validitas data diukur dengan membandingkan  $r$  hitung dengan  $r$  tabel ( $r$  product moment). Jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel, dan nilai positif maka butir atau pertanyaan tersebut dinyatakan valid.<sup>43</sup>

#### **b. Uji Reliabilitas**

Reliabilitas adalah suatu indeks yang menunjukkan sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya. Hasil pengukuran dapat dipercaya atau reliabel hanya apabila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok subjek yang sama diperoleh hasil yang relative sama, selama aspek yang diukur dalam diri subjek memang belum berubah.<sup>44</sup> Reliabilitas suatu konstruk variabel dikatakan baik jika memiliki nilai *Cronbach alpha*  $>$  60.

Rumus Cronbach alpha sebagai berikut:

Keterangan:

Reliabilitas Instrument

$K$  = Jumlah Kuisioner

= Jumlah Varian butir

= Varian Total

## **2. Uji Asumsi Klasik**

Uji asumsi klasik adalah uji statistik yang dipersyaratkan untuk penggunaan statistik inferensial/parametrik.<sup>45</sup> Data yang terkumpul kemudian diolah dan dianalisis dengan menggunakan teknik analisis regresi linear berganda. Maka ada beberapa syarat yang harus dipenuhi:

#### **a. Uji Normalitas**

Uji normalitas adalah uji yang dilakukan dengan tujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, devenden variabel dan indeviden variabel

---

<sup>43</sup>Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, (Semarang: Undip, 2009). H. 45

<sup>44</sup>Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013), h.4

<sup>45</sup>Widodo, h.93

keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi dan data normal atau mendekati normal.<sup>46</sup>

#### **b. Uji Multikolinieritas**

Uji Multikolinieritas adalah uji yang dilakukan dengan tujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan korelasi antar variabel bebas (independen). Dalam model regresi yang baik tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel tersebut tidak orthogonal, artinya variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol. Model regresi dinyatakan tidak ada multikolinieritas jika nilai VIF kurang dari 10.<sup>47</sup>

#### **c. Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas adalah uji yang dilakukan untuk menilai apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variansi dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain. Jika variansi dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas.<sup>48</sup>

### **3. Uji Regresi**

#### **a. Koefisien Regresi**

Koefisien regresi adalah kontribusi besarnya perubahan nilai variabel bebas, semakin besar nilai koefisien regresi maka kontribusi perubahan semakin besar, demikian pula sebaliknya akan semakin kecil. Kontribusi perubahan variabel bebas juga ditentukan oleh koefisien regresi positif atau negatif.<sup>49</sup>

Metode yang digunakan dalam metode penelitian ini adalah metode uji regresi linier berganda, yaitu metode yang dapat mengukur hubungan antara variabel yang saling berhubungan, dan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh pengetahuan, promosi dan lokasi sebagai variabel

---

<sup>46</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS, Edisi 5*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013), h.153

<sup>47</sup>Widodo, h.78

<sup>48</sup>Ibid, h. 80

<sup>49</sup> Dawai Simfoni, "Analisis Regresi Linier Berganda," didapat dari <https://dawaisimfoni.wordpress.com/i> [home page on-line]: Internet (diakses tanggal 25 Februari 2020)

bebas (X) terhadap kurangnya minat generasi y sebagai variabel terikat (Y).

Rumus regresinya adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_n X_n + e$$

Dimana:

Y = Variabel terikat atau response

X = Variabel bebas atau predictor

$\alpha$  = konstanta

$\beta$  = koefisien regresi.

### b. Koefisien Determinasi (R square)

Koefisien determinasi merupakan alat untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variable independen. Nilai koefisien determinasi adalah diantara nol dan satu. Nilai R<sup>2</sup> yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel independen. Secara umum koefisien determinan untuk data silang (*crosssection*) relatif rendah karena adanya variasi yang besar antara masing-masing pengamatan, sedangkan untuk data tuntun waktu (*time series*) biasanya mempunyai nilai koefisien determinasi yang tinggi.<sup>50</sup>

### c. Uji T atau Uji Parsial

Uji T dikenal dengan uji parsial, yaitu untuk menguji bagaimana pengaruh masing-masing variabel bebasnya secara sendiri-sendiri terhadap variabel terikatnya. Uji ini dapat dilakukan dengan membandingkan t hitung dengan t tabel atau dengan melihat kolom signifikansi pada masing-masing t hitung, proses uji t identik dengan uji f.<sup>51</sup>

Hipotesis uji t:

---

<sup>50</sup>Imam Ghazali, h.97

<sup>51</sup>Anwar Hidayat, Uji F dan Uji T, didapat dari [www.statistikian.com](http://www.statistikian.com). [home page on-line]: Internet (diakses tanggal 24 februari 2020)

$H_0 = B_1, b_2 = 0$ , masing-masing variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel independen.

$H_a = b_1, b_2 \neq 0$ , masing-masing variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel independen.

Dengan tingkat signifikan sebesar 0,05 dan *degree of freedom* (dk):  $n-k$ , maka diperoleh nilai  $t$ . Langkah selanjutnya adalah membandingkan antara  $t$  tabel dengan  $t$  hitung. Apabila jika  $t$  hitung lebih kecil dari  $t$  tabel maka  $H_0$  diterima, artinya masing-masing variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap perubahan nilai variabel dependen. Apabila  $t$  hitung lebih besar dari  $t$  tabel maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya masing-masing variabel independen berpengaruh signifikan terhadap perubahan nilai variabel dependen.<sup>52</sup>

#### d. Uji F atau Uji Simultan

Uji F dikenal dengan uji serentak, uji simultan atau uji model/uji Anova, yaitu uji untuk melihat bagaimanakah pengaruh semua variabel bebasnya secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya. Atau untuk menguji apakah model regresi yang kita buat baik/signifikan atau tidak baik/non signifikan.<sup>53</sup>

Pengujian simultan bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. hipotesis uji F :  $H_0 = b_1, b_2 = 0$ , variabel independen secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.  $H_a = b_1, b_2 \neq 0$ , variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap perubahan variabel dependen.

Penarikan kesimpulan dilakukan dengan berdasarkan profitabilitas, jika tingkat signifikannya ( $\alpha$ ) > 0,05 maka semua variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap perubahan variabel dependen. jika tingkat signifikannya ( $\alpha$ ) < 0,05 maka semua variabel independen berpengaruh terhadap perubahan nilai dependen.

---

<sup>52</sup>Leo Rahman, Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Masyarakat Untuk Menggunakan Pembiayaan Dana Pensiun Pada Bank Mandiri Syariah KCP Medan Petisah, Skripsi, Medan: Fakultas Agama Islam UMSU. 2019. h. 44

<sup>53</sup>Anwar Hidayat, *loc. cit.*

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Deskripsi Penelitian**

##### **1. Gambaran Umum Wilayah Penelitian**

Kepenghuluan Bagan Batu Barat merupakan Kepenghuluan yang berada dalam kecamatan Bagan Sinembah Kabupaten Rokan Hilir. Kepenghuluan ini dimekarkan sejak tahun 2014 dari Bagan Batu Induk. Kepenghuluan Bagan Batu Barat yang berbatasan dengan Kepenghuluan Bhayangkara Jaya di sebelah utara, Kepenghuluan Bagan Batu/Bagan Batu Kota di sebelah selatan, Kelurahan Bagan Sinembah Kota di sebelah timur, dan Kepenghuluan Bagan Manunggal/Desa Torgamba di Sebelah Barat.

##### **2. Keadaan Demografis (Kependudukan)**

###### **a. Jumlah Penduduk**

Jumlah penduduk kepenghuluan bagan batu barat berdasarkan laporan penduduk tahun 2019 adalah berjumlah 7.875 Jiwa dengan jumlah laki-laki 3.814 jiwa dan perempuan 4.061 jiwa, sedangkan jumlah rumah tangga sebanyak 2.343 KK. Jumlah penduduk menurut agama islam 5.171 jiwa, agama kristen 2.649 jiwa, Budha 34 jiwa dan Hindu 21 jiwa.

###### **b. Kebudayaan**

Kebudayaan merupakan suatu kebiasaan yang telah berlaku ditengah-tengah masyarakat dan biasanya dalam perkembangannya dipengaruhi oleh kebudayaan lain. Masyarakat kecamatan bagan sinembah terdiri dari berbagai suku bangsa dan agama.

Selanjutnya jika dilihat dari segi sosial budaya, penduduk kecamatan Bagan sinembah sangat heterogen sifatnya apabila ditinjau dari asal usul keturunan. Sebagian adalah pendatang dari luar kecamatan bagan sinembah yaitu kurang lebih sekitar 30% dari sumatera utara, 10% suku melayu pendatang, 30% dari pulau jawa, 20% penduduk asli dan 10% dari berbagai suku lainnya.

c. Pendidikan

Pendidikan merupakan suatu faktor penting dalam memajukan suatu daerah, oleh karena itu ketersediaan sarana dan prasarana pendidikan serta sumber daya belajar mengajar membutuhkan perhatian yang sangat besar, berdasarkan pada data 2019 kepenghuluan bagan batu barat memiliki 1 Taman Kanak-kanak, 1 Sekolah Dasar, 02 Madrasah, 01 Sekolah Menengah Pertama, 1 Sekolah Menengah Atas, dan 1 Sekolah Menengah Kejurusan.

Jumlah penduduk berdasarkan tingkat pendidikan dapat dilihat dalam tabel berikut:

**Tabel 4.1**  
**Jumlah Penduduk Di Kepenghuluan Bagan Batu Barat**  
**Menurut Tingkat Pendidikan**

No	Jenis Sarana Pendidikan	Jumlah
1.	Sekolah TK	227
2.	Sekolah Dasar (SD)	981
3.	Sekolah Madrasah	96
4.	Sekolah Menengah Pertama (SMP)	703
5.	Sekolah Menengah Umum (SMU)	638
Jumlah		2.645

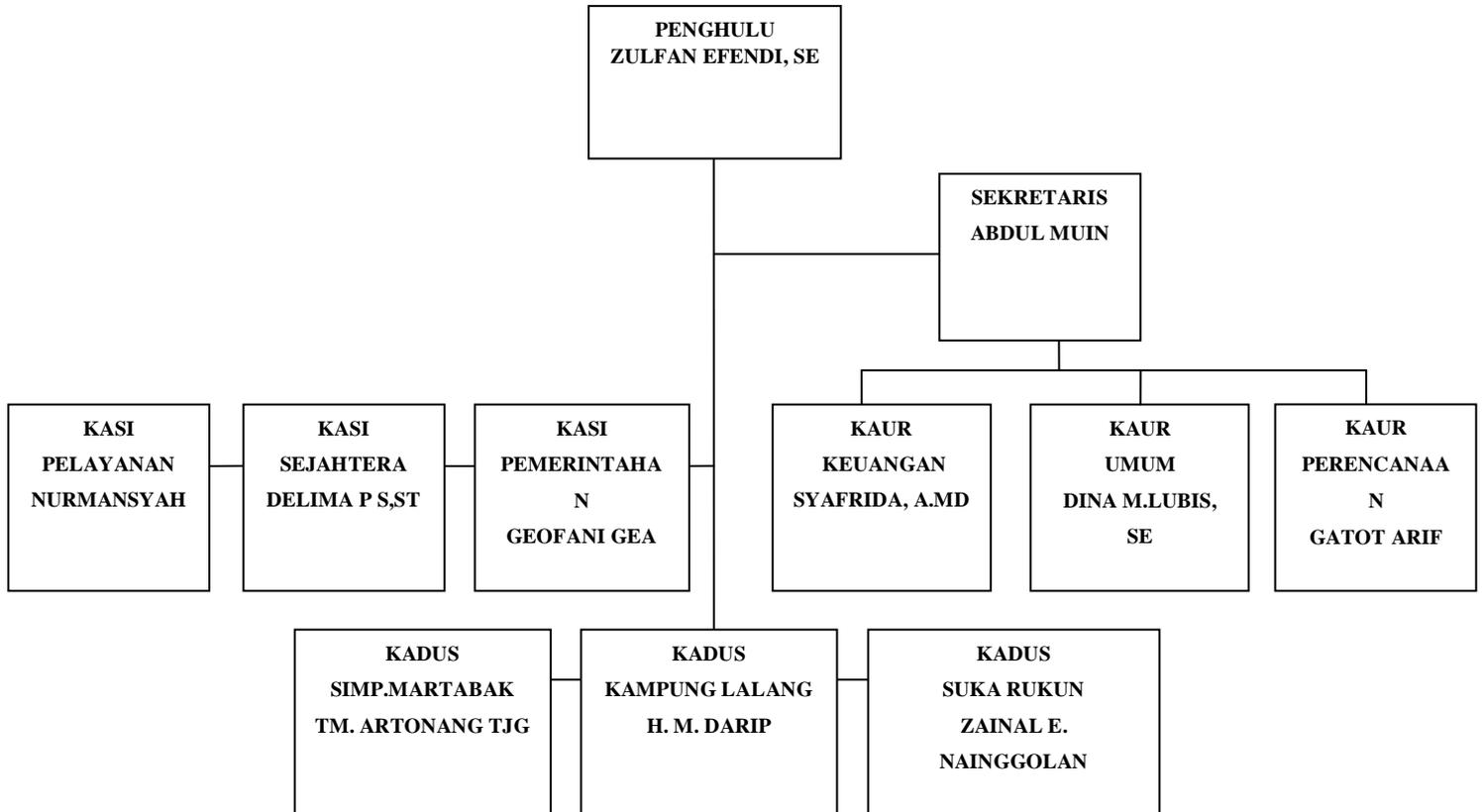
Sumber: Data Monografi Kepenghuluan Bagan Batu Barat, 2019

d. Mata Pencarian (Penghasilan)

Mata pencarian di suatu daerah sangat bervariasi, hal ini dipengaruhi oleh berbagai faktor, antara lain: keadaan alam dan kebiasaan adat istiadat setempat. Kecamatan Bagan Sinembah yang selalu disinggah oleh masyarakat pendatang karena bagan sinembah terletak di jalur penghubung beberapa kota seperti labusel dan labuhan batu dan kota-kota lainnya.

Jenis lapangan kerja yang di jumpai pada penduduk kepenghuluan bagan batu barat dapat digolongkan kepada beberapa sektor, yaitu: PNS, Wiraswasta, Honorer, Pedagang, dan buruh tani.

### 3. Struktur Organisasi



**Gambar 4.1**

#### **Susunan Struktur Kepenghuluan Bagan Batu Barat**

##### **B. Deskripsi Karakteristik Responden**

Responden dalam penelitian ini adalah bagian dari populasi pada masyarakat Kepenghuluan Bagan Batu Barat dengan jumlah sampel sebanyak 99 orang, yang terdiri dari beberapa karakteristik, karakteristik identitas responden dalam penelitian ini menunjukkan karakter dari responden berdasarkan kriteria penilaian jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan dan lama bekerja responden yang dijadikan sampel dalam penelitian. Berikut data identitas karakteristik responden yang dinilai dalam penelitian ini :

**Tabel 4.2**  
**Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
1	Laki-laki	27	27,3 %
2	Perempuan	72	72,7 %
<b>Jumlah</b>		<b>99</b>	<b>100%</b>

Sumber: *Data Penelitian (diolah), SPSS, 2020.*

Berdasarkan data tabel 4.2 di atas menunjukkan bahwa berdasarkan karakteristik jenis kelamin, mayoritas responden dalam penelitian ini berjenis kelamin perempuan sebanyak 72 orang (72,7%) dan minoritas berjenis kelamin laki-laki sebanyak 27 orang (27,3%). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini lebih banyak didominasi pada jenis kelamin perempuan.

**Tabel 4.3**  
**Distribusi Responden Berdasarkan Usia**

No	Usia	Jumlah	Persentase (%)
1	25-30 Tahun	87 orang	87,9 %
2	31-35 Tahun	7 orang	7,1 %
3	36-40 Tahun	5 orang	5,1 %
<b>Jumlah</b>		<b>99 orang</b>	<b>100 %</b>

Sumber: *Data Penelitian (diolah), SPSS, 2020.*

Berdasarkan data tabel 4.3 di atas menunjukkan bahwa berdasarkan karakteristik tingkat Usia, mayoritas responden dalam penelitian ini memiliki usia pada kategori 25-30 tahun sebanyak 87 orang (87,9%) dan minoritas responden dengan tingkat usia pada kategori 36-40 tahun sebanyak 5 orang (5,1%) dan selebihnya responden memiliki tingkat usia pada kategori 31-35 tahun sebanyak 7 orang (7,1%). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa responden dalam penelitian ini didominasi pada kelompok usia 25-30 tahun, hal tersebut didasari oleh keaktifan responden dalam mendapatkan informasi dan pengetahuan.

**Tabel 4.4**  
**Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan**

No	Pekerjaan	Jumlah	Persentase
1	PNS	4	4,0%
2	Pegawai Swasta	7	7,1%
3	Karyawan Swasta	19	19,2%
4	Wiraswasta	27	27,3%
5	Mahasiswa	27	27,3%
6	Lainnya	15	15,2%
<b>Jumlah</b>		<b>99</b>	<b>100%</b>

Sumber: *Data Penelitian (diolah), SPSS, 2020.*

Berdasarkan data tabel 4.4 di atas menunjukkan bahwa berdasarkan karakteristik Pekerjaan mayoritas responden dalam penelitian ini memiliki pekerjaan wiraswasta dan mahasiswa, masing-masing sebanyak 27 orang (27,3%) dan minoritas responden dengan jenis pekerjaan Pegawai Negeri Sipil (PNS) sebanyak 4 orang (4,0%) dan Pegawai Swasta sebanyak 7 orang (7,1%). Sedangkan sisanya dengan pekerjaan Karyawan swasta sebanyak 19 orang (19,2%), dan selebihnya dengan kategori pekerjaan lainnya sebanyak 15 orang (15,2%). Dari persentase tersebut dapat disimpulkan bahwa berdasarkan pekerjaan dalam penelitian ini didominasi oleh responden dengan jenis pekerjaan wiraswasta dan mahasiswa.

### C. Penyajian Data

Deskripsi penyajian data dalam penelitian ini terdiri dari 3 variabel, yaitu Pengetahuan ( $X_1$ ), Promosi ( $X_2$ ), Lokasi ( $X_3$ ) dan Kurangnya Minat Generasi Y ( $Y$ ). Deskripsi dari setiap pernyataan akan menampilkan opsi jawaban dengan penilaian *skala likert* yaitu semua pernyataan yang dijawab oleh responden mendapatkan bobot nilai, untuk lebih jelasnya dapat dilihat dari tabel frekuensi di bawah ini :

#### 1. Pengetahuan ( $X_1$ )

Berdasarkan data yang terkumpul dari kuisioner tentang pengetahuan, terlihat bahwa distribusi frekuensi dari item-item variabel tersebut sebagai berikut:

**Tabel 4.5**  
**Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kurangnya Minat (X1)**  
**Faktor Pengetahuan**

Alternatif Pernyataan												
No. Item	SS		S		N		TS		STS		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	31	31,3	46	46,5%	18	18,2%	2	2%	2	2%	99	100%
2	6	6,1%	37	37,4%	36	36,4%	20	20,2%	0	0	99	100%
3	11	11,1%	25	25,3%	23	23,2%	30	30,3%	10	10,1%	99	100%
4	12	12,1%	<b>47</b>	<b>47,5%</b>	26	26,3%	12	12,1%	2	2%	99	100%
5	11	11,1%	39	39,4%	31	31,3%	16	16,2%	2	2%	99	100%
6	37	37,4%	30	30,3%	24	24,2%	7	7,1%	1	1%	99	100%

Sumber: *Data Penelitian (diolah), SPSS, 2020.*

Berdasarkan distribusi jawaban responden tentang variabel Pengetahuan (X<sub>1</sub>) di atas, dapat disimpulkan bahwa item pernyataan yang mendapatkan persentase tertinggi pada pernyataan ke 4 yaitu tentang Istilah-istilah akad yang digunakan dalam perbankan syariah masih asing bagi masyarakat, mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 47 responden (47,5%). Dengan demikian dapat dipahami bahwa pengetahuan yang dimiliki oleh responden dinilai dapat mempengaruhi minat dalam hal menggunakan Jasa Bank Syariah.

## 2. Promosi (X2)

Berdasarkan data yang terkumpul dari kuisioner tentang promosi, terlihat bahwa distribusi frekuensi dari item-item variabel tersebut sebagai berikut:

**Tabel 4.6**  
**Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kurangnya Minat (X2)**  
**Faktor Promosi**

Alternatif Pernyataan												
No. Item	SS		S		N		TS		STS		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	7	7,1%	27	27,3%	27	27,3%	35	35,4%	3	3%	99	100%
2	17	17,2%	41	41,5%	32	32,3%	9	9,15%	0	0	99	100%
3	11	11,1%	35	35,4%	26	26,3%	24	24,2%	3	3%	99	100%
4	16	16,2%	32	32%	28	28,3%	21	21,2%	2	2%	99	100%
5	8	8,1%	<b>47</b>	<b>47,5%</b>	30	30,3%	14	14,1%	0	0	99	100%
6	3	3%	28	28,3%	34	34,3%	28	28,3%	6	6,1%	99	100%

Sumber: *Data Penelitian (diolah), SPSS, 2020.*

Berdasarkan distribusi jawaban responden tentang variabel Faktor Promosi ( $X_2$ ) di atas, dapat disimpulkan bahwa item pernyataan yang mendapatkan persentase tertinggi pada pernyataan ke 5 yaitu tentang Iklan-iklan yang berkaitan dengan perbankan syariah jarang kita temukan. Mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 47 responden (47,5%). Dengan demikian dapat dipahami bahwa faktor promosi dinilai cukup penting dalam mempengaruhi masyarakat untuk menggunakan Jasa Bank Syariah.

### 3. Lokasi ( $X_3$ )

Berikut ini merupakan deskripsi atau penyajian data dari penelitian variabel Lokasi ( $X_3$ ) yang dirangkum dalam tabel frekwensi untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

**Tabel 4.7**  
**Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kurangnya Minat ( $X_3$ )**  
**Lokasi**

Alternatif Pernyataan												
No Item	SS		S		N		TS		STS		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	15	15,2%	48	48,5%	23	23,2%	12	12,1%	1	1%	99	100%
2	22	22,2%	<b>51</b>	<b>51,5%</b>	18	18,2%	6	6,1%	2	2%	99	100%
3	6	6,1%	24	24,2%	27	27,3%	32	32,3%	10	10,1%	99	100%
4	8	8,1%	30	30,3%	36	36,4%	21	21,2%	4	4%	99	100%
5	6	6,1%	19	19,2%	41	41,4%	28	28,3%	5	5,1%	99	100%
6	21	21,2%	37	37,4%	38	38,4%	3	3%	0	0	99	100%

Sumber: *Data Penelitian (diolah), SPSS, 2020.*

Berdasarkan distribusi jawaban responden tentang variabel Faktor Lokasi ( $X_3$ ) di atas, dapat disimpulkan bahwa item pernyataan yang mendapatkan persentase tertinggi pada pernyataan ke 2 yaitu tentang masih sedikitnya jaringan ATM yang tersebar sehingga sulit untuk dijangkau. Mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 51 responden (51,5%). Dengan demikian dapat dipahami bahwa faktor Lokasi dinilai cukup penting dalam mempengaruhi masyarakat untuk menggunakan Jasa Bank Syariah.

#### 4. Kurangnya Minat Generasi Y (Y)

Berdasarkan data yang terkumpul dari kuisioner tentang kurangnya minat generasi Y, terlihat bahwa distribusi frekuensi dari item-item variabel tersebut sebagai berikut:

**Tabel 4.8**

**Skor Kuisioner Untuk Variabel Y (Kurangnya Minat Generasi Y)**

Alternatif Pernyataan												
No Item	SS		S		N		TS		STS		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	22	22,2%	42	42,4%	27	27,3%	6	6,1%	2	2%	99	100%
2	11	11,1%	<b>54</b>	<b>54,5%</b>	23	23,2%	9	9,1%	2	2%	99	100%
3	34	34,3%	30	30,3%	24	24,2%	10	10,1%	1	1%	99	100%
4	8	8,1%	28	28,3%	34	34,3%	27	27,3%	2	2%	99	100%
5	8	8,1%	42	42,4%	29	29,3%	18	18,2%	2	2%	99	100%
6	15	15,2%	35	35,4%	33	33,3%	14	14,1%	2	2%	99	100%

Sumber: *Data Penelitian (diolah), SPSS, 2020.*

Berdasarkan distribusi jawaban responden tentang variabel Kurangnya Minat Generasi Y (Y) di atas, dapat disimpulkan bahwa item pernyataan yang mendapatkan persentase tertinggi pada pernyataan ke 2 yaitu tentang Sosialisasi tentang bank syariah tidak merata sehingga masyarakat tidak mengetahui tentang bank syariah. Dengan demikian dapat dipahami bahwa kurangnya minat Generasi Y pada Bank syariah disebabkan oleh ketidaktahuan masyarakat akan informasi dan produk bank syariah.

#### D. Analisis Data

##### 1. Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk menguji masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian ini, dimana keseluruhan variabel memuat 24 pernyataan yang harus dijawab oleh responden. Berdasarkan analisis yang dilakukan, maka hasil pengujian validitas dapat ditunjukkan pada tabel berikut:

**Tabel 4.9**

**Faktor Pengetahuan (X1)**

No. Item	Nilai Korelasi $r_{hitung}$	Nilai Ketentuan $r_{tabel}$	Probabilitas Item	Keterangan
Item 1	0,583	0,195	$0,000 < 0,05$	Valid
Item 2	0,632	0,195	$0,000 < 0,05$	Valid
Item 3	0,580	0,195	$0,000 < 0,05$	Valid
Item 4	0,615	0,195	$0,000 < 0,05$	Valid

Item 5	0,590	0,195	0,000 < 0,05	Valid
Item 6	0,530	0,195	0,000 < 0,05	Valid

Sumber: *Data Penelitian (diolah), SPSS, 2020.*

**Tabel 4.10**  
**Faktor Promosi (X2)**

No. Item	Nilai Korelasi $r_{hitung}$	Nilai Ketentuan $r_{tabel}$	Probabilitas Item	Keterangan
Item 1	0,729	0,195	0,000 < 0,05	Valid
Item 2	0,441	0,195	0,000 < 0,05	Valid
Item 3	0,735	0,195	0,000 < 0,05	Valid
Item 4	0,420	0,195	0,000 < 0,05	Valid
Item 5	0,636	0,195	0,000 < 0,05	Valid
Item 6	0,619	0,195	0,000 < 0,05	Valid

Sumber: *Data Penelitian (diolah), SPSS, 2020.*

**Tabel 4.11**  
**Faktor Lokasi (X3)**

No. Item	Nilai Korelasi $r_{hitung}$	Nilai Ketentuan $r_{tabel}$	Probabilitas Item	Keterangan
Item 1	0,680	0,195	0,000 < 0,05	Valid
Item 2	0,726	0,195	0,000 < 0,05	Valid
Item 3	0,694	0,195	0,000 < 0,05	Valid
Item 4	0,731	0,195	0,000 < 0,05	Valid
Item 5	0,538	0,195	0,000 < 0,05	Valid
Item 6	0,250	0,195	0,001 < 0,05	Valid

Sumber: *Data Penelitian (diolah), SPSS, 2020.*

**Tabel 4.12**  
**Kurangnya Minat Generasi Y (Y)**

No. Item	Nilai Korelasi $r_{hitung}$	Nilai Ketentuan $r_{tabel}$	Probabilitas Item	Keterangan
Item 1	0,766	0,195	0,000 < 0,05	Valid
Item 2	0,833	0,195	0,000 < 0,05	Valid
Item 3	0,503	0,195	0,000 < 0,05	Valid
Item 4	0,616	0,195	0,000 < 0,05	Valid
Item 5	0,786	0,195	0,000 < 0,05	Valid
Item 6	0,777	0,195	0,000 < 0,05	Valid

Sumber: *Data Penelitian (diolah), SPSS, 2020.*

Berdasarkan data tabel uji validitas instrumen variabel Faktor Pengetahuan ( $X_1$ ), Faktor Promosi ( $X_2$ ), Faktor Lokasi ( $X_3$ ) dan Kurangnya Minat Generasi Y ( $Y$ ) di atas, diperoleh nilai korelasi atau  $r_{hitung}$  selanjutnya nilai ini kemudian di bandingkan dengan nilai  $r_{tabel}$  (nilai ketentuan), pada tahap berikutnya  $r_{tabel}$  dicari pada tingkat signifikansi 0,05 dengan uji 2 sisi dan jumlah data ( $n$ ) = 99 yaitu  $N-2 = 99-2 = 96$  pada uji 2 sisi atau *2-Tailed* maka didapat nilai ketentuan  $r_{tabel}$  sebesar 0,195 (data  $t_{tabel}$  terlampir).

Berdasarkan nilai ketentuan uji validitas instrumen variabel yang digunakan dalam penelitian ini dapat dipahami bahwa keseluruhan item pernyataan dinyatakan valid dengan ketentuan perbandingan nilai  $r_{hitung} >$  dari  $r_{tabel}$ . Dengan demikian instrumen dalam penelitian ini dapat digunakan secara keseluruhan untuk diikutsertakan pada uji selanjutnya.

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menguji apakah kuisioner yang disusun merupakan alat ukur yang dapat dipercaya atau tidak. Teknik yang digunakan adalah *Cronbach Alpha*. berdasarkan analisis yang dilakukan, maka hasil pengujian reliabilitas dapat ditunjukkan pada tabel berikut:

- a. Jika nilai koefisien reliabilitas yakni *cronbach alpa*  $>$  0,60 maka instrument variabel adalah reliabel (terpercaya).
- b. Jika nilai *cronbach alpha*  $<$  0,60 maka variabel tidak reliabel (tidak dipercaya).

**Tabel 4.13**  
**Faktor Pengetahuan (X1)**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.612	6

Nilai koefisien reliabilitas (*cronbach alpha*) pada faktor Pengetahuan ( $X_1$ ) di atas adalah  $0,612 >$  0,60 maka kesimpulannya instrumen yang diuji adalah reliabel atau terpercaya.

**Tabel 4.14**  
**Faktor Promosi (X2)**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.638	6

Nilai koefisien reliabilitas (*cronbach alpha*) pada variabel Promosi (X2) di atas adalah  $0,638 > 0,60$  maka kesimpulannya instrumen yang diuji adalah reliabel atau terpercaya.

**Tabel 4.15**  
**Faktor Lokasi (X3)**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.663	6

Nilai koefisien reliabilitas (*cronbach alpha*) pada variabel Lokasi (X3) di atas adalah  $0,663 > 0,60$  maka kesimpulannya instrumen yang diuji adalah reliabel atau terpercaya.

**Tabel 4.16**  
**Kurangnya Minat Generasi Y (Y)**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.800	6

Nilai koefisien reliabilitas (*cronbach alpha*) pada variabel Minat Generasi Y di atas adalah  $0,800 > 0,60$  maka kesimpulannya instrumen yang diuji adalah reliabel atau terpercaya.

### 3. Uji Asumsi Klasik

Dengan regresi linear berganda dikenal dengan beberapa asumsi klasik regresi berganda. Pengujian asumsi klasik secara sederhana

bertujuan untuk mengidentifikasi apakah regresi merupakan model yang baik atau tidak. Ada beberapa pengujian asumsi klasik tersebut, yakni:<sup>54</sup>

**a. Uji Normalitas**

Pengujian normalitas data pada variabel penelitian dilakukan untuk melihat apakah dalam model regresi variabel dependen dan independennya memiliki distribusi normal atau sebaliknya tidak normal. Dengan ketentuan pengujian jika data variabel lebih besar dari nilai *standardized* 0,05 maka dikategorikan data variabel tersebut normal, dan begitu jugadengan sebaliknya jika data uji variabel  $< 0,05$  maka data variabel penelitian dikatakan tidak normal. Berikut di bawah ini hasil uji normalitas untuk menguji keseluruhan data variabel penelitian yang berskala minimal *ordinal* dengan menggunakan ketentuan uji *Kolmogrov-smirnov* dengan menggunakan program SPSS.

**Tabel 4.17**

<b>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</b>		
		Unstandardized Predicted Value
N		99
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	21.2424242
	Std. Deviation	2.95579189
Most Extreme Differences	Absolute	.077
	Positive	.077
	Negative	-.047
Kolmogorov-Smirnov Z		.762
Asymp. Sig. (2-tailed)		<b>.607</b>
a. Test distribution is Normal.		

Sumber: Data Penelitian (Diolah) SPSS,2020

Berdasarkan data tabel 4.17 tentang uji normalitas *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* di atas dapat dilihat bahwa berdasarkan pengujian normalitas data diperoleh nilai probabilitas berdasarkan nilai *standardized* 0,05 dengan hasil uji Kolmogorov-Smirnov ZAsymp. Sig. (2-tailed) sebesar  $0,607 > 0,05$ , Dengan demikian dapat disimpulkan

<sup>54</sup>Ghozali, Imam, “Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS”.(Semarang :UNDIP, 2009). h.96

bahwa seluruh variabel yang digunakan dalam penelitian ini berdistribusi normal, karena nilai variabel hasil pengujian normalitas di atas lebih besar dari nilai *standardized* 0,05.

#### b. Uji Multikolinearitas

Pengujian Multikolinieritas variabel penelitian ini melalui perhitungan uji independen antar variabel bebas dapat dilihat dan hasil analisis *collinearty* statistis. Cara yang digunakan untuk menilainya adalah dengan melihat nilai faktor inflasi varian (*Variance Inflasi Factor/VIF*) tidak melebihi 4 atau 5.<sup>55</sup> Tujuan multikolinieritas yaitu untuk melihat apakah diantara variabel tidak terjadi korelasi tinggi, perlu dilakukan hipotesis yaitu bahwa diterima  $H_0$  apabila nilai  $VIF < 4$  dan angka toleransi mendekati 1, dan ditolak  $H_0$  bila nilai  $VIF > 4$  dan nilai toleransi mendekati 0. Hasil uji interdependensi antara variabel dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

**Tabel 4.18**  
**Multikolinearitas**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.424	2.089		2.203	.001		
	Pengetahuan (X1)	.217	.112	.181	2.935	.001	<b>.566</b>	<b>1.767</b>
	Promosi (X2)	.423	.112	.361	3.768	.000	<b>.543</b>	<b>1.842</b>
	Lokasi (X3)	.389	.096	.333	4.048	.000	<b>.736</b>	<b>1.359</b>
a. Dependent Variable: Kurangnya Minat Generasi Y (Y)								

Sumber: Data Penelitian (Diolah) SPSS, 2020

Dasar pengambilan keputusan:

- 1) melihat nilai Tolerance: jika nilai Tolerance lebih besar dari  $>0,01$  maka artinya tidak terjadi Multikolinearitas.
- 2) Melihat nilai VIF: Jika nilai VIF lebih kecil  $< 10,00$  maka artinya tidak terjadi Multikolinearitas.

Berdasarkan data tersebut di atas, maka pada Variabel Faktor Pengetahuan (X1), Faktor Pelayanan (X2), Faktor Promosi (X3)

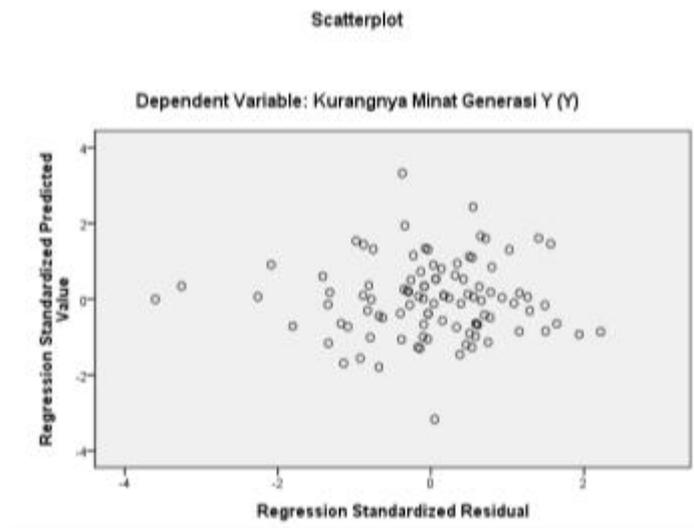
<sup>55</sup>*Ibid*, h. 161

memiliki nilai VIF dalam batas toleransi yang ditentukan sehingga tidak terjadi Multikolinearitas dalam variabel independen.

### c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini bertujuan untuk melihat apakah variabel bebas mempunyai varian yang sama atau tidak. *Heteroskedastisitas* mempunyai suatu pengamatan ke pengamatan yang lain berbeda. Salah satu metode yang digunakan untuk menguji ada tidaknya *heteroskedastisitas* akan mengakibatkan penaksiran koefisien-koefisien regresi menjadi tidak efisien. Hasil penaksiran akan menjadi kurang dari semestinya. Dasar analisis penilaian data heteroskedastisitas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang kemudian menyempit) maka mengindikasikan telah terjadi *heteroskedastisitas*
- 2) Jika ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi Heteroskedastisitas. Untuk menganalisis datanya dapat dilihat pada gambar “*Scatterplot*” pada output data seperti di bawah ini:



**Gambar 4.2. Uji Heteroskedastisitas**

Berdasarkan gambar *scatterplot* di atas dapat dilihat bahwa variabel yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan data uji *heteroskedastisitas* dapat diartikan bahwa tidak terjadi indikasi

*heteroskedastisitas* dalam variabel penelitian yang digunakan. Sebab tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, sehingga dengan demikian dapat dikatakan uji *heteroskedastisitas* pada variabel penelitian ini dapat terpenuhi. Selanjutnya data variabel yang digunakan dalam penelitian ini dapat digunakan untuk pengujian selanjutnya.

#### 4. Pengujian Hipotesis

##### a. Uji Secara Parsial (Uji t)

Pengujian hipotesis pada uji statistik uji t (parsial) pada dasarnya bertujuan untuk menunjukkan seberapa jauh tingkat hubungan dan pengaruh satu variabel bebas secara individual dalam menerangkan variabel terikat dalam penelitian ini. Pengujian hipotesis tersebut dengan bantuan *Program Statistical For Social Sciences (SPSS)* dapat dilihat pada tabel berikut di bawah ini :

**Tabel 4.19**  
**Uji t (Parsial)**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations		
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
1 (Constant)	4.424	2.089		2.203	.001			
Pengetahuan (X1)	.217	.112	.181	<b>2.935</b>	<b>.001</b>	.561	.195	.137
Promosi (X2)	.423	.112	.361	<b>3.768</b>	<b>.000</b>	.637	.361	.266
Lokasi (X3)	.389	.096	.333	<b>4.048</b>	<b>.000</b>	.587	.384	.286

a. Dependent Variable: Kurangnya Minat Generasi Y (Y)

Sumber : Data Penelitian (Diolah) SPSS, 2020

Dasar pengambilan keputusan:

- 1) Jika nilai sig < 0,05 atau  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka terdapat pengaruh variabel X1,X2,X3 terhadap variabel Y.
- 2) Jika nilai sig < 0,05, atau  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka tidak terdapat pengaruh variabel X1,X2,X3 terhadap variabel Y.

Ho: Tidak adanya faktor-faktor yang mempengaruhi kurangnya minat generasi Y dalam menggunakan jasa Bank Syariah (Studi Kasus Di Kepenghuluan Bagan Batu Barat, Kecamatan Bagan Sinembah).

Ha: Adanya faktor-faktor yang mempengaruhi kurangnya minat generasi Y dalam menggunakan jasa Bank Syariah (Studi Kasus Di Kepenghuluan Bagan Batu Barat, Kecamatan Bagan Sinembah).

Berdasarkan data uji t (parsial) pada tabel 4.19 di atas, maka dapat diperoleh hipotesis penelitian sebagai berikut :

**1. Pengaruh Faktor Pengetahuan (X<sub>1</sub>) terhadap Kurangnya Minat Generasi Y (Y)**

Berdasarkan hasil pengujian uji t secara parsial di atas pengaruh antara variabel Pengetahuan (X<sub>1</sub>) terhadap Kurangnya Minat Generasi Y(Y) di peroleh  $t_{tabel}$  sebesar 1.660 (data  $t_{tabel}$  terlampir), danperolehan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,935 dengan artian bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dengan nilai signifikan sebesar  $0,001 < 0,05$ . Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa Ho ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh signifikan antara variabel Pengetahuan (X<sub>1</sub>) terhadap Kurangnya Minat Generasi Y(Y) dalam menggunakan jasa Bank Syariah (Studi Kasus Di Kepenghuluan Bagan Batu Barat, Kecamatan Bagan Sinembah).

**2. Pengaruh Faktor Promosi (X<sub>2</sub>) terhadap Kurangnya Minat Generasi Y (Y)**

Berdasarkan hasil pengujian uji t secara parsial di atas pengaruh antara variabel Promosi (X<sub>2</sub>) terhadap Kurangnya Minat Generasi Y(Y) di peroleh  $t_{tabel}$  sebesar 1.660 (data  $t_{tabel}$  terlampir), dan perolehan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3,768 dengan artian bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dengan nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$ . Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa Ho ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh signifikan faktor Promosi (X<sub>2</sub>) terhadap Kurangnya Minat Generasi Y(Y) dalam menggunakan jasa Bank Syariah (Studi Kasus Di Kepenghuluan Bagan Batu Barat, Kecamatan Bagan Sinembah).

**3. Pengaruh Faktor Lokasi (X<sub>3</sub>) terhadap Kurangnya Minat Generasi Y (Y)**

Berdasarkan hasil pengujian uji t secara parsial di atas pengaruh antara variabel Lokasi (X<sub>3</sub>) terhadap Kurangnya Minat Generasi Y(Y) di peroleh  $t_{tabel}$  sebesar 1.660 (data  $t_{tabel}$  terlampir), dan perolehan nilai  $t_{hitung}$  sebesar

4,048 dengan artian bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dengan nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$ . Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh signifikan pada faktor Lokasi ( $X_3$ ) terhadap Kurangnya Minat Generasi Y(Y) dalam menggunakan jasa Bank Syariah (Studi Kasus Di Kepenghuluan Bagan Batu Barat, Kecamatan Bagan Sinembah).

#### b. Uji Secara Simultan (Uji f)

Untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan atau pengaruh antara variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen digunakan uji F. Hipotesis yang menyatakan ada pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen dapat diketahui dengan menggunakan uji F. Hasil uji secara simultan dapat dilihat dari tabel dibawah ini:

**Tabel 4.20**  
**Uji F**

ANOVA <sup>b</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	856.197	3	285.399	<b>35.304</b>	<b>.000<sup>a</sup></b>
	Residual	767.985	95	8.084		
	Total	1624.182	98			
a. Predictors: (Constant), Lokasi (X3), Pengetahuan (X1), Promosi (X2)						
b. Dependent Variable: Kurangnya Minat Generasi Y (Y)						

Sumber: Data Penelitian (Diolah) SPSS,2020

Dasar pengambilan keputusan:

- 1) Jika nilai  $sig < 0,05$  atau  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka terdapat pengaruh variabel  $X_1, X_2$ , dan  $X_3$  secara simultan terhadap variabel Y.
- 2) Jikai nilai  $sig > 0,05$  atau  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka terdapat pengaruh variabel  $X_1, X_2$ , dan  $X_3$  secara simultan terhadap variabel Y.

Berdasarkan data tabel *anova* di atas dapat dipahami bahwa terdapat pengaruh faktor pengetahuan, faktor promosi, dan faktor lokasi terhadap kurangnya minat generasi Y dengan diperoleh nilai  $F_{hitung}$  sebesar 35,304, sedangkan nilai  $F_{tabel}$  3,094 (data  $f_{tabel}$  terlampir) atau dengan nilai signifikan  $F_{hitung}$   $0.000^a < 0.05$  dengan demikian dapat disimpulkan bahwa faktor pengetahuan ( $X_1$ ), faktor promosi ( $X_2$ ), dan faktor lokasi ( $X_3$ ) berpengaruh

signifikan terhadap kurangnya minat generasi Y (Y), dalam menggunakan jasa Bank Syariah (Studi Kasus Di Kepenghuluan Bagan Batu Barat, Kecamatan Bagan Sinembah).

## 5. Uji Regresi Linear Berganda

Hasil pengolahan data dengan SPSS tentang pengaruh variabel faktor pengetahuan ( $X_1$ ), faktor promosi ( $X_2$ ), dan faktor lokasi ( $X_3$ ) terhadap kurangnya minat generasi Y (Y) dapat dilihat pada tabel berikut ini:<sup>56</sup>

Berikut adalah rumus dari regresi berganda:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_n X_n + e$$

Dimana:

Y = Kurangnya minat generasi Y

$\alpha$  = Konstanta

$\beta_1 x_1$  = Besaran koefisien dari variabel faktor pengetahuan.

$\beta_1 x_2$  = Besaran koefisien dari variabel faktor promosi.

$\beta_1 x_3$  = Besaran koefisien dari variabel faktor lokasi.

**Tabel 4.21**

**Koefisien Regresi Linear Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations		
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
1 (Constant)	<b>4.424</b>	2.089		2.203	.001			
Pengetahuan (X1)	<b>.217</b>	.112	.181	2.935	.001	.561	.195	.137
Promosi (X2)	<b>.423</b>	.112	.361	3.768	.000	.637	.361	.266
Lokasi (X3)	<b>.389</b>	.096	.333	4.048	.000	.587	.384	.286

Sumber: Data Penelitian (Diolah) SPSS, 2020

Berdasarkan tabel diatas, maka persamaan regresi linear berganda yang dapat diformulasikan adalah sebagai berikut:

$$Y = 4,424 + 0,217X_1 + 0,423X_2 + 0,389X_3$$

Adapun keterangan dari persamaan regresi linear berganda yang di dapat adalah sebagai berikut:

<sup>56</sup> Azwar, *op.cit.* h. 160

- 1) Konstanta ( $\alpha$ ) mempunyai regresi sebesar 4,424 artinya jika variabel faktor pengetahuan ( $X_1$ ), faktor promosi ( $X_2$ ), faktor lokasi ( $X_3$ ) dianggap nol, maka kurangnya minat generasi Y sebesar 4,424.
- 2) Faktor pengetahuan ( $X_1$ ) mempunyai koefisien regresi sebesar 0,217, artinya bahwa setiap kenaikan variabel faktor pengetahuan sebesar 1% maka akan terjadi peningkatan kurangnya minat generasi Y sebesar 1,217%.
- 3) Faktor Promosi ( $X_2$ ) mempunyai koefisien regresi sebesar 0,423, artinya bahwa setiap kenaikan variabel faktor promosi sebesar 1% maka akan terjadi peningkatan kurangnya minat generasi Y sebesar 4,23%.
- 4) Faktor Lokasi ( $X_3$ ) mempunyai koefisien regresi sebesar 0,389, artinya bahwa setiap kenaikan variabel faktor lokasi sebesar 1% maka akan terjadi peningkatan kurangnya minat generasi Y sebesar 3,89%.

## 6. Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui besaran nilai *coefficient* yang menunjukkan besarnya variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independennya. Dengan kata lain, koefisien determinasi ini digunakan untuk mengukur seberapa jauh variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini dalam menerangkan variabel terikatnya.<sup>57</sup> Nilai koefisien determinasi ditentukan dengan nilai *R square* sebagaimana dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

**Tabel 4.22**

### Uji Koefisien Determinasi

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.726 <sup>a</sup>	.527	.512	2.84325
a. Predictors: (Constant), Lokasi (X3), Pengetahuan (X1), Promosi (X2)				
b. Dependent Variable: Kurangnya Minat Generasi Y (Y)				

Sumber: Data Penelitian (Diolah) SPSS, 2020

<sup>57</sup> W, Gulo. "Metodologi Penelitian". (Jakarta: Grasindo, 2006). h. 89

Berdasarkan data uji koefisien determinasi di atas dapat dijelaskan sebagai berikut :

$$\begin{aligned} D &= r^2 \times 100\% \\ &= (0,726)^2 \times 100\% \\ &= 0,5270 \times 100\% \\ &= 52,70 \% \end{aligned}$$

Keterangan:

D = Determinasi

$R^2$  = Nilai Korelasi Berganda

Berdasarkan hasil pengujian regresi koefisien determinasi model *summary* di atas dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (*R square*) yang diperoleh dalam penelitian ini sebesar 0,527. Hal ini memiliki arti bahwa 52,70% variabel kurangnya minat generasi Y (Y), dapat dijelaskan oleh variabel independent yaitu faktor Pengetahuan ( $X_1$ ), faktor Promosi ( $X_2$ ) dan faktor Lokasi ( $X_3$ ). Sedangkan sisanya sebesar 47,30% dapat dijelaskan oleh variabel bebas lainnya (faktor lainnya) yang tidak diikutsertakan dalam penelitian ini.

#### **E. Interpretasi Hasil Analisis Data**

Interprestasi hasil dalam penelitian ini akan dijelaskan melalui hipotesis penelitian dan disesuaikan dengan analisis data yang sudah dilakukan sebelumnya, untuk lebih jelasnya dapat diuraikan pembahasan sebagai berikut :

1. Data hasil penelitian dapat diinterpretasikan pada hasil uji kualitas data yang telah dikumpulkan, semua instrumen yang digunakan dalam penelitian ini dapat dijadikan sebagai alat penelitian yang layak. Hal ini didasarkan pada keterangan yang menyatakan valid pada setiap item pernyataan dan memiliki tingkat reliabilitas yang baik pada masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian ini, data tersebut diuji dengan menggunakan program software SPSS.
2. Berdasarkan data uji asumsi klasik, uji normalitas dilakukan untuk menguji keseluruhan data variabel penelitian yang berskala minimal *ordinal* dengan menggunakan ketentuan uji *Kolmogrov-smirnov*. Berdasarkan hasil pengujian tersebut data variabel penelitian yang

digunakan berdistribusi normal, tingkat normalitas data tersebut dapat dilihat dari nilai *standardized* 0,05. Selanjutnya data yang berdistribusi normal tersebut dilanjutkan pada tahap uji multikolinieritas, uji tersebut dapat dilihat dan hasil analisis *collinearty* statistis melalui nilai tolerance dan nilai *Variance Inflasi Factor* (VIF) dengan *standardized* > 10 dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi *multikolinieritas* dalam variabel independen dalam penelitian ini. Selanjutnya pada uji heterokedastisitas dalam penelitian ini bertujuan untuk melihat apakah variabel bebas mempunyai varian yang sama atau tidak. Data hasil uji tersebut dilihat dari grafik scatterplot dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Sehingga dapat dikatakan uji *heteroskedastisitas* pada variabel penelitian ini dapat terpenuhi, dan model persamaan regresi layak untuk digunakan dalam mengetahui pengaruh dari faktor variabel bebas terhadap variabel terikat yang digunakan dalam penelitian.

3. Berdasarkan pada data uji Hipotesis, dalam penelitian ini menggunakan beberapa uji yaitu, uji parsial (uji t), uji simultan (uji f) dan uji determinasi (uji  $R^2$ ), dari hasil data uji tersebut menunjukkan bahwa pada uji parsial (uji t) variabel bebas (X) dalam penelitian ini memiliki pengaruh terhadap variabel terikat (Y) sehingga secara parsial (satuan) variabel yang digunakan dapat menjadi faktor pengaruh terhadap kurangnya minat generasi Y (Y), dalam menggunakan jasa Bank Syariah. Dan uji hipotesis secara simultan (uji f) menunjukkan bahwa secara keseluruhan variabel bebas dalam penelitian ini secara bersama-sama dapat menjadi faktor yang dapat mempengaruhi masyarakat dalam menggunakan jasa Bank Syariah (Studi Kasus Di Kepenghuluan Bagan Batu Barat, Kecamatan Bagan Sinembah). Dan secara uji determinasi menunjukkan bahwa 52,70% variabel kurangnya minat generasi Y (Y), dapat dijelaskan oleh variabel independent yaitu faktor Pengetahuan ( $X_1$ ), faktor Promosi ( $X_2$ ) dan Faktor Lokasi ( $X_3$ ).

## F. Pembahasan

Pembahasan dalam penelitian ini akan dijelaskan melalui hipotesis dari penelitian dan disesuaikan dengan analisis data yang sudah dilakukan sebelumnya, untuk lebih jelasnya dapat diuraikan pembahasan sebagai berikut :

### 1. Pengaruh Faktor Pengetahuan (X1) terhadap Kurangnya Minat Generasi Y (Y)

Salah satu faktor yang penting dalam membentuk tindakan seseorang adalah pengetahuan. Yang mana dengan pengetahuan seseorang mendapatkan fakta dan informasi baru. Pengetahuan adalah hasil penginderaan manusia atau hasil tahu seseorang terhadap objek melalui indera yang dimilikinya, yaitu indera penglihatan, penciuman, rasa dan raba.<sup>58</sup>

Berdasarkan hasil pengujian uji t secara parsial di atas pengaruh antara variabel Pengetahuan (X<sub>1</sub>) terhadap Kurangnya Minat Generasi Y(Y) di peroleh t<sub>tabel</sub> sebesar 1,660. dan perolehan nilai t<sub>hitung</sub> sebesar 2,935 dengan artian bahwa t<sub>hitung</sub> > t<sub>tabel</sub> dengan nilai signifikan sebesar 0,001 < 0,05. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa Ho ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh signifikan antara variabel Pengetahuan (X<sub>1</sub>) terhadap Kurangnya Minat Generasi Y(Y) dalam menggunakan jasa Bank Syariah (Studi Kasus Di Kepenghuluan Bagan Batu Barat, Kecamatan Bagan Sinembah).

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ayu Retno Sari (2016) dengan judul penelitian “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kurangnya Minat Masyarakat Muslim Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Masyarakat Muslim Di Kabupaten Bantul, Yogyakarta)” menyimpulkan bahwa variabel fasilitas pelayanan, pengetahuan dan promosi berpengaruh signifikan dan positif terhadap kurangnya minat masyarakat muslim di Kabupaten Bantul untuk menabung di bank syariah.

### 2. Pengaruh Faktor Promosi (X2) terhadap Kurangnya Minat Generasi Y (Y)

Dalam kegiatan promosi bank akan menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah yang baru. Kemudian,

---

<sup>58</sup>Notoatmodjo, *Promosi Kesehatan: Teori dan Aplikasinya*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2005) h.121

promosi juga berfungsi mengingatkan nasabah akan produk, promosi juga ikut mempengaruhi nasabah untuk membeli dan akhirnya promosi juga akan meningkatkan citra bank dimata para nasabahnya.

Berdasarkan hasil pengujian uji t secara parsial di atas pengaruh antara variabel Promosi ( $X_2$ ) terhadap Kurangnya Minat Generasi Y(Y) di peroleh  $t_{tabel}$  sebesar 1.660 (data  $t_{tabel}$  terlampir), dan perolehan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3,768 dengan artian bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dengan nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$ . Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh signifikan faktor Promosi ( $X_2$ ) terhadap Kurangnya Minat Generasi Y(Y) dalam menggunakan jasa Bank Syariah (Studi Kasus Di Kepenghuluan Bagan Batu Barat, Kecamatan Bagan Sinembah).

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Evi Yupitri dan Raina Linda Sari (2012) Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa fasilitas pelayanan ( $X_1$ ), Promosi ( $X_2$ ), dan Produk( $X_3$ ) berpengaruh signifikan terhadap keputusan non muslim menjadi nasabah bank syariah dengan nilai korelasi masing-masing sebesar ( $X_1$ ) 0,4690 masuk dalam kategori sedang, ( $X_2$ ) 0,730 yang termasuk dalam kategori kuat, dan ( $X_3$ ) 0,529 termasuk kategori sedang.

### **3. Pengaruh Faktor Lokasi ( $X_3$ ) terhadap Kurangnya Minat Generasi Y (Y)**

Lokasi merupakan tempat melayani konsumen, dapat pula diartikan sebagai tempat untuk memajangkan barang-barang dagangannya.<sup>59</sup> Lokasi usaha juga dapat didefinisikan sebagai tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya.<sup>60</sup>

Berdasarkan hasil pengujian uji t secara parsial di atas pengaruh antara variabel Lokasi ( $X_3$ ) terhadap Kurangnya Minat Generasi Y(Y) di peroleh  $t_{tabel}$  sebesar 1.660, dan perolehan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 4,048 dengan artian bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dengan nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$ . Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa

---

<sup>59</sup> Kasmir, "*Marketing dan kasus-kasus pilihan*", (Jakarta: CAPS, 2006), h.129

<sup>60</sup> Fandy Tjiptono, "*Manajemen Operasional*", (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2009), h.96

adanya pengaruh signifikan pada faktor Lokasi ( $X_3$ ) terhadap Kurangnya Minat Generasi Y (Y) dalam menggunakan jasa Bank Syariah (Studi Kasus Di Kepenghuluan Bagan Batu Barat, Kecamatan Bagan Sinembah).

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Fitra Zuli Taufan (2014) menyimpulkan bahwa: “Berdasarkan hasil penelitian, faktor yang menyebabkan responden tidak menabung di bank syariah meliputi faktor lokasi bank syariah yang kurang strategis jauh dari tempat pemukiman mahasiswa, pelayanan bank syariah yang kurang memuaskan, keberadaan ATM yang hanya berada di perkotaan saja tidak seperti bank konvensional yang hingga ke pelosok, administrasi potongan bulanan di bank syariah lebih mahal jika dibandingkan dengan konvensional, dan alasan belum percaya sepenuhnya terhadap bank syariah yang masih melegalkan sistem riba”.

#### **4. Pengaruh Faktor Pengetahuan ( $X_1$ ), Faktor Promosi ( $X_2$ ), Dan Faktor Lokasi ( $X_3$ ) Terhadap Kurangnya Minat Generasi Y (Y)**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kurangnya minat generasi y dalam menggunakan jasa bank syariah di kepenghuluan bagan batu barat yang menyatakan bahwa nilai  $F_{hitung}$  sebesar 35,304, sedangkan nilai  $F_{tabel}$  3,094 atau dengan nilai signifikan  $F_{hitung} 0.000^a < 0.05$  dengan demikian dapat disimpulkan bahwa faktor pengetahuan ( $X_1$ ), faktor promosi ( $X_2$ ), dan faktor lokasi ( $X_3$ ) berpengaruh signifikan terhadap kurangnya minat generasi Y (Y), dalam menggunakan jasa Bank Syariah (Studi Kasus Di Kepenghuluan Bagan Batu Barat, Kecamatan Bagan Sinembah).

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rif'atul Machmudah (2009) yang menyimpulkan bahwa semua variabel independen secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah non muslim menjadi nasabah di bank syariah (Bank CIMB Niaga Syariah Cabang Semarang), dengan besarnya koefisien masing-masing adalah *profit sharing* (23,7), pelayanan (22,2), promosi (18,5), Lokasi (12,7), reputasi (12,2), dan religious stimulasi (7,9).

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kurangnya minat generasi Y dalam menggunakan jasa Bank Syariah dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil uji T (uji parsial) dapat disimpulkan bahwa variabel pengetahuan, promosi, dan lokasi secara individu berpengaruh signifikan dan positif terhadap kurangnya minat generasi y di kepenghuluan bagan batu barat kecamatan bagan sinembah untuk menggunakan jasa bank syariah, dengan nilai signifikan dibawah nilai *alpha* ( $\alpha= 0.05$ ), yaitu faktor pengetahuan sebesar 0,001, faktor promosi sebesar 0,000 dan faktor lokasi sebesar 0,000.
2. Berdasarkan hasil uji secara simultan ( uji F) dapat disimpulkan bahwa dari tiga variabel (pengetahuan, promosi dan lokasi) dan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kurangnya minat generasi y dalam menggunakan jasa bank syariah di kepenghuluan bagan batu barat kecamatan bagan sinembah. Koefisien determinasi (*R square*) yang diperoleh dalam penelitian ini sebesar 0,527. Hal ini memiliki arti bahwa 52,70% variabel kurangnya minat generasi Y (Y), dapat dijelaskan oleh variabel independent yaitu faktor Pengetahuan ( $X_1$ ), faktor Promosi ( $X_2$ ) dan Faktor Lokasi ( $X_3$ ).sedangkan 47,30% dipengaruhi oleh variabel luar yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

#### **B. Saran**

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan dalam penelitian ini, maka untuk meningkatkan minat Generasi Y dalam menggunakan jasa Bank Syariah (Studi Kasus Di Kepenghuluan Bagan Batu Barat, Kecamatan Bagan Sinembah), dapat diberikan saran sebagai berikut :

1. Diharapkan kepada pimpinan dan pihak terkait pada Bank Syariah khususnya di Kepenghuluan Bagan Batu Barat, Kecamatan Bagan Sinembah agar dapat lebih memperhatikan serta dapat terus

meningkatkan khususnya faktor pengetahuan, faktor promosi dan faktor lokasi sebagai bentuk upaya dalam hal meningkatkan minat generasi Y dalam menggunakan jasa Bank Syariah, kemudian lebih meningkatkan tingkat literasi keuangan syariah kepada masyarakat kepenghuluan bagan batu barat agar lebih mengenal tentang bank syariah.

2. Bagi peneliti selanjutnya, yang berkeinginan untuk melakukan penelitian yang sama, hendaknya dapat menambahkan variabel bebas lainnya seperti, fasilitas, kualitas pelayanan dan lainnya, sehingga diperoleh temuan yang lebih baik dalam menjelaskan faktor yang dinilai dapat mempengaruhi dalam menggunakan jasa Bank Syariah.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anton M.Moeliono, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka. 1999
- Anindia et.al, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pemilihan Bank Pada Generasi Milenial Di Jabodetabek,” *Indonesia Business Review*, No 1. Volume 1. 2017.
- Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada. 2008
- Assauri,Sofyan. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Rajawali Pers. 2011
- Arikunto, Suharsimi.*ProsedurPenelitian*, Jakarta: RinekaCipta. 2010
- Azwar, Saifuddin. *MetodePenelitian*, Yogyakarta: PustakaPelajar. 2013
- Budiati, Indah. et.al, *Statistik Gender Tematik: Profil Generasi Millenial Indonesia*, Jakarta: Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak. 2018
- Dinda, Mahardika. Hubungan *Brand Image* Syaria Dan Tingkat Religiusitas Terhadap Minat Menjadi Nasabah, Skripsi. Surabaya: Fakultas Psikologi Dan Kesehatan UIN SBY. 2015.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS, Edisi 5*, Semarang: BadanPenerbitUniversitasDiponegoro. 2013
- \_\_\_\_\_. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Semarang: Undip. 2009
- Gulo, W. *Metodologi Penelitian* , Jakarta: Grasindo. 2006
- <https://www.cnbcindonesia.com> diakses tanggal 29 Januari 2020
- <https://dawaisimfoni.wordpress.com/i> diakses tanggal 25 Februari 2020
- <https://www.ojk.go.id> diakses tanggal 04 Februari 2020
- <https://www.statistikian.com> diakses tanggal 24 Februari 2020
- Ismail, *Perbankan Syariah*, Jakarta: Kencana. 2017
- Kashmir, *Pemasaran Bank*, Jakarta: Kencana. 2010.
- \_\_\_\_\_.*ManajemenPerbankan*, Jakarta: Rajawali Pers.2014.

- \_\_\_\_\_. *Marketing dan kasus-kasus pilihan*, Jakarta: CAPS. 2006.
- Machmud, Amir dan Rukmana, *Bank Syariah: Teori, Kebijakan, dan Studi empiris di Indonesia*, Jakarta: Penerbit Erlangga. 2010
- Muhammad, *Manajemen Bank Syariah*, Yogyakarta: UPP AMP YKPN. 2000
- Moelong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. 1991
- Neila Dan Bhina, *Psikologi Untuk Indonesia Maju Dan Beretika*, Yogyakarta: Gajah Mada University Press. 2018
- Notoatmodjo, *Promosi Kesehatan: Teori dan Aplikasinya*, Jakarta: PT. Rineka Cipta. 2005
- Pohan, Selamat. "Peranan Penggunaan Agunan Di Bank Islam Hubungannya Dengan Sistem Operasional Perbankan Syariah Di Medan," *jurnalintiqad*, No 2 Volume.8. 2016.
- Rianto, M. Nur. *Lembaga Keuangan Syariah*, Bandung: CV Pustaka Setia. 2012
- Retno, Ayu. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kurangnya Minat Masyarakat Muslim Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Masyarakat Muslim Di Kabupaten Bantul, Yogyakarta), Skripsi. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi UMY. 2016.
- Rahman, Leo. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Masyarakat Untuk Menggunakan Pembiayaan Dana Pensiun Pada Bank Mandiri Syariah KCP Medan Petisah, Skripsi, Medan: Fakultas Agama Islam UMSU. 2019
- Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta. 2013
- Syafi'i, Asrof. *Metodologi Penelitian Pendidikan*, Surabaya: eLKAF. 2005
- Tjiptono, Fandy. *Manajemen Operasional*, Jakarta: Ghalia Indonesia. 2009
- \_\_\_\_\_. *Pemasaran Jasa*, Yogyakarta: CV. ANDI OFFSET. 2014.
- \_\_\_\_\_. *Strategi Pemasaran*, edisi ke-2, Yogyakarta: Andi. 2001.
- Widodo, *Metodologi Penelitian Populer dan Praktis*, Depok: PT Rajagrafindo. 2019

# **LAMPIRAN**



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
FAKULTAS AGAMA ISLAM

Jalan Kapten Mukhtar Basri No 3 Medan 20238 Telp (061) 6622400

Website : www.umsu.ac.id E-mail : rektor@umsu.ac.id

Bankir : Bank Syariah Mandiri, Bank Bukopin, Bank Mandiri, Bank BNI 1946, Bank Sumut



Hal  
Kepada : Permohonan Persetujuan Judul  
: Yth Dekan FAI UMSU  
Di  
Tempat  
Dengan Hormat  
Saya yang bertanda tangan dibawah ini

27 Jumadil Awal 1441 H  
22 Januari 2020 M



Nama : Lufvita Melati Sukma Br Sitorus  
Npm : 1601270029  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Kredit Kumulatif : 3,73  
Mengajukan Judul sebagai berikut :

No	Pilihan Judul	Persetujuan Ka. Prodi	Usulan Pembimbing & Pembahas	Persetujuan Dekan
1	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kurangnya Minat Generasi Y Dalam Menggunakan Jasa Bank Syariah (Studi Kasus Di Kepenghuluan Bagan Batu Barat, Kecamatan Bagan Sinembah)	03/2020 ACC	Riyun Prodi MGI	22 27/1/20
2	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Bekerja Di Perbankan Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Perbankan Syariah FAI UMSU)			
3	Analisis Faktor Motivasi Berwirausaha (Studi Kasus Mahasiswa Perbankan Syariah UMSU)			

Demikian Permohonan ini saya sampaikan dan untuk pemeriksaan selanjutnya saya ucapkan terima kasih.

Wassalam  
Hormat Saya

(Lufvita Melati Sukma Br Sitorus)

Keterangan :

- Dibuat rangkap 3 setelah di ACC :
1. Duplikat untuk Biro FAI UMSU
  2. Duplikat untuk Arsip Mahasiswa dilampirkan di skripsi
  3. Asli untuk Ketua/Sekretaris Jurusan yang dipakai pas photo dan Map

\*\* Paraf dan tanda ACC Dekan dan Ketua Jurusan pada lajur yang di setujui dan tanda silang pada judul yang di tolak

*Paraf  
Babe panchuan  
Setelah di cetak  
24/1/2020*



**UMSU**

*Unggul | Cerdas | Terpercaya*  
Ibu menjerit keris di agar didebitan  
Nomor dan tanggalnya

**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN**  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**FAKULTAS AGAMA ISLAM**

Pusat Administrasi : Jalan Kapten Mukhtar Basri No 3 Medan 20238 Telp (061) 6622400 Fax (061) 6623474, 6631003  
Website : [www.umsu.ac.id](http://www.umsu.ac.id) E-mail : [rektork@umsu.ac.id](mailto:rektork@umsu.ac.id)

Nomor : 93/II.3/UMSU-01/F/2020  
Lamp : -  
Hal : Izin Riset

23Syaban 1441 H  
17 April 2020 M

Kepada Yth : Bapak Kepenghuluan Bagan Batu Barat, Kecamatan Bagan Sinembah  
Di

Tempat.

*Assalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh*

Dengan hormat, dalam rangka penyusunan skripsi mahasiswa guna memperoleh gelar sarjana S1 di Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (FAI UMSU) Medan, maka kami mohon bantuan Bapak/Ibu untuk memberikan informasi data dan fasilitas seperlunya kepada mahasiswa kami yang mengadakan penelitian/riset dan pengumpulan data dengan :

Nama : Lufvita Melati Sukma Br Sitorus  
NPM : 1601270029  
Semester : VIII  
Fakultas : Agama Islam  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Judul Skripsi : Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kurangnya Minat Generasi Y Dalam Menggunakan Jasa Bank Syariah (Studi Kasus Di Kepenghuluan Bagan Batu Barat, Kecamatan Bagan Sinembah).

Demikianlah hal ini kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama yang baik kami ucapkan terima kasih. Semoga Allah meridhoi segala amal yang telah kita perbuat. Amin.

*Wassalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh*



Dejan,

Dr. Muhammad Qosib, MA



**PEMERINTAH KABUPATEN ROKAN HILIR**  
**KECAMATAN BAGAN SINEMBAH**  
**PENGHULU BAGAN BATU BARAT**  
Jalan Jend. Sudirman Dusun Simpang Martabak Bagan Batu Barat

Bagan Batu Barat, 06 Mei 2020

Nomor: 04 /SK/BBB/IV/2020  
Lamp :-  
Perihal : Balasan Izin Riset

Kepada Yth :  
Bapak/Ibu Dekan/Wakil Dekan Universitas  
Muhammadiyah Sumatera Utara Fakultas  
Agama Islam  
Di -  
Tempat

Dengan Hormat,

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : ZULFAN EFENDI, SE  
Jabatan : PENGHULU BAGAN BATU BARAT

Menerangkan bahwa,

- Nama : LUFVITA MELATI SUKMA BR SITORUS
- NPM : 1601270029
- Program Studi : Perbankan Syariah
- Fakultas : Agama Islam

Sehubungan dengan surat dari Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (FAI UMSU) Medan, Nomor : 93/II.3/UMSU-01/F/2020, hal : Izin Riset dalam rangka penyusunan skripsi.

Telah kami setuju untuk melaksanakan penelitian pada Kepenghuluan Bagan Batu Barat sebagai syarat penyusunan skripsi dengan judul "Fakto-Faktor Yang Mempengaruhi Kurangnya Minat Generasi Y Dalam Menggunakan Jasa Bank Syariah (Studi Kasus Di Kepenghuluan Bagan Batu Barat Kec.Bagan Sinembah)".

Demikian surat ini kami sampaikan, dan atas kerjasamanya kami mengucapkan terima kasih.





**UMSU**  
Unggul | Cerdas | Terpercaya

Ulu menjepit surti ni agi dadi lukan  
Namu dan tenggany

**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI**  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**FAKULTAS AGAMA ISLAM**

Jalan Kaptem Mukhtar Basri No 3 Medan 20238 Telp (061) 6622400  
Website : www.umsu.ac.id E-mail : rektor@umsu.ac.id  
Bankir : bank Syariah Mandiri, Bank Bukopin, Bank Mandiri, Bank BNI 1946, Bank Sumut

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

**BERITA ACARA BIMBINGAN PROPOSAL**

Nama Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan  
Fakultas : Agama Islam  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Jenjang : S1 (Strata Satu)

Ketua Program Studi : Selamat Pohan, S.Ag, MA  
Dosen Pembimbing : Riyan Pradesyah, SE.Sy, MEI

Nama Mahasiswa : Lufvita Melati Sukma Br Sitorus  
Npm : 1601270029  
Semester : VIII  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Judul Skripsi : Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kurangnya Minat Generasi Y Dalam Menggunakan Jasa Bank Syariah (Studi Kasus Di Kepenghuluan Bagan Batu Barat, Kecamatan Bagan Sinembah)

Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf	Keterangan
29-01-2020	- Perbaiki latar belakang masalah munculkan masalah yang di lupakan.	pk	
31-01-2020	- munculkan permasalahan pada latar belakang - Buati Rumusan masalah.	pk	
03-02-2020	- Selesaikan identifikasi masalah dengan Latar belakang.	pk	
04-02-2020	- Deskripsikan variabel yang mem- pengaruhi kurangnya minat generasi - Tambahi penelitian terdahulu.	pk	
08-02-2020	- perbaiki caloban kata: shari dengan Buku paragraf.	pk	

Medan, 3-maret-2020

Diketahui/Disetujui  
Dekan

Dr. Muhammad Qorib, MA

Diketahui/ Disetujui  
Ketua Program Studi

Selamat Pohan, S.Ag, MA

Pembimbing Proposal

Riyan Pradesyah, SE.Sy, MEI



**UMSU**  
Unggul | Cerdas | Terpercaya

UIN menjembatani kearifan lokal agar masyarakat  
lebih maju dan tangguh

**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI**  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**FAKULTAS AGAMA ISLAM**

Jalan Kapten Mukhtar Basri No 3 Medan 20238 Telp (061) 6622400  
Website : [www.umsu.ac.id](http://www.umsu.ac.id) E-mail : [rektor@umsu.ac.id](mailto:rektor@umsu.ac.id)  
Bankir : bank Syariah Mandiri, Bank Bukopin, Bank Mandiri, Bank BNI 1946, Bank Sumut



**BERITA ACARA BIMBINGAN PROPOSAL**

Nama Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan  
Fakultas : Agama Islam  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Jenjang : S1 (Strata Satu)

Ketua Program Studi : Selamat Pohan, S.Ag, MA  
Dosen Pembimbing : Riyan Pradesyah, SE.Sy, MEI

Nama Mahasiswa : Lufvita Melati Sukma Br Sitorus  
Npm : 1601270029  
Semester : VIII  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Judul Skripsi : Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kurangnya Minat Generasi Y Dalam Menggunakan Jasa Bank Syariah (Studi Kasus Di Kepenghuluan Bagan Batu Barat, Kecamatan Bagan Sinembah)

Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf	Keterangan
19-02-2020	- Pembantu sampel penelitian dengan storein - munculkan indikator penelitian. - Deskripsi dan Dapen is operasional perkanabel	pk	
25-02-2020	- Ace proposal	pk	

Medan, 3 - maret -2020

Diketahui/Disetujui  
Dekan

Dr. Muhammad Qorib, MA

Diketahui/ Disetujui  
Ketua Program Studi <sup>3/3</sup> AD

Selamat Pohan, S.Ag, MA

Pembimbing Proposal

Riyan Pradesyah, SE.Sy, MEI



**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
FAKULTAS AGAMA ISLAM**

Jalan Kaptem Mukhtar Basri No 3 Medan 20238 Telp (061) 6622400  
Website : www.umsu.ac.id E-mail : rektor@umsu.ac.id

Bankir : Bank Syariah Mandiri, Bank Bukopin, Bank Mandiri, Bank BNI 1946, Bank Sumut



**BERITA ACARA SEMINAR PROPOSAL  
PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH**

Pada hari ini Rabu, Tanggal 15 April 2020 M telah diselenggarakan Seminar Proposal Program Studi Perbankan Syariah menerangkan bahwa :

Nama : Lufvita Melati Sukma Br Sitorus  
Npm : 1601270029  
Fakultas : Agama Islam  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Judul Proposal : Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kurangnya Minat Generasi Y Dalam Menggunakan Jasa Bank Syariah (Studi Kasus Di Kepenghuluan Bagan Batu Barat, Kecamatan Bagan Sinembah)

Disetujui/ Tidak disetujui

Item	Komentar
Judul	Ok
Bab I	1. Identifikasi masalah poin tiga buat ke kalimat negative 2. Pd Tujuan penelitian poin tin 3, kata analisis Ganti dgn kata mendeskripsikan
Bab II	1. Penelitian yg relepan di buat dalam bentuk table 2. Tuliskan beberapa dalil yg berkaitan dgn teori di BAB II
Bab III	1. Perbaiki Tabel 3.1 2. Buat Refrensinya
Lainnya	-
Kesimpulan	<input checked="" type="checkbox"/> Lulus <input type="checkbox"/> Tidak Lulus

Medan, 15 April 2020

Tim Seminar

Ketua

Selamat Pohan, MA

Sekretaris

(Riyan Pradesyah, S.E.Sy., M.E.I)

Pembimbing

(Riyan Pradesyah, S.E.Sy., M.E.I)

Pembahas

Selamat Pohan, MA



**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI**  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**FAKULTAS AGAMA ISLAM**

Jalan Kapten Mukhtar Batri No 3 Medan 20238 Telp (061) 9622400

Website : www.umsu.ac.id E-mail : rektor@umsu.ac.id

Bankir Bank Syariah Mandiri, Bank Bukopin, Bank Mandiri, Bank BNI 1946, Bank Sumut



**PENGESAHAN PROPOSAL**

Berdasarkan hasil Seminar Proposal Program Studi Perbankan Syariah yang diselenggarakan pada hari Rabu, 15 April 2020 M, menerangkan bahwa :

Nama : Lufvita Melati Sukma Br Sitorus  
Npm : 1601270029  
Fakultas : Agama Islam  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Judul Proposal : Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kurangnya Minat Generasi Y Dalam Menggunakan Jasa Bank Syariah (Studi Kasus Di Kepenghuluan Bagan Batu Barat, Kecamatan Bagan Sinembah)

Proposal dinyatakan sah dan memenuhi syarat untuk menulis Skripsi.

Medan, 15 April 2020

Tim Seminar

Ketua Program Studi

Selamat Pohan, MA

Pembimbing

Sekretaris Program Studi

(Riyan Pradesyah, S.E.Sy., M.E.I)

Pembahas

(Riyan Pradesyah, S.E.Sy., M.E.I)

Selamat Pohan, MA

Diketahui/ Disetujui  
A.n Dekan  
Wakil Dekan I

Zailani, S.PdI, MA



**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI**  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**FAKULTAS AGAMA ISLAM**

Jalan kaptem Mukhtar Basri No 3 Medan 20238 Telp (061) 6622400  
Website : www.umsu.ac.id E-mail : rektor@umsu.ac.id  
Bankir : bank Syariah Mandiri, Bank Bukopin, Bank Mandiri, Bank BNI 1946, Bank Sumut



**BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan  
Fakultas : Agama Islam  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Jenjang : S1 (Strata Satu)

Ketua Program Studi : Selamat Pohan, S.Ag, MA  
Dosen Pembimbing : Riyan Pradcsyah, SE.Sy, MEI

Nama Mahasiswa : Lufvita Melati Sukma Br Sitorus  
Npm : 1601270029  
Semester : VIII  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Judul Skripsi : Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kurangnya Minat Generasi Y Dalam Menggunakan Jasa Bank Syariah (Studi Kasus Di Kepenghuluan Bagan Batu Barat, Kecamatan Bagan Sinembah)

Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf	Keterangan
17-09-2020	- Perbaiki indikator kualitatif - Uraikan indikator kemudian jabarkan sebagai awal dalam pembuatan kualitatif	pk	
23-09-2020	- Uraikan uji validitas per metode penelitian persyaratannya uji validitas variabel - Uji normalitas, uji kolmogorov	pk	

Medan, 20-juli-2020

Diketahui/Ditetujui  
Dekan

Dr. Muhammad Qorib, MA

Diketahui/ Ditetujui  
Ketua Program Studi

Selamat Pohan, S.Ag, MA

Pembimbing Skripsi

Riyan Pradcsyah, SE.Sy, MEI



**UMSU**  
Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bitte perhatikan surat ini agar disebutkan Nomor dan tanggalnya

**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI**  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**FAKULTAS AGAMA ISLAM**

Jalan kaptem Mukhtar Basri No 3 Medan 20238 Telp (061) 6622400  
Website : www.umsu.ac.id E-mail : rektor@umsu.ac.id  
Bankir : bank Syariah Mandiri, Bank Bukopin, Bank Mandiri, Bank BNI 1946, Bank Sumut



**BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan  
Fakultas : Agama Islam  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Jenjang : S1 (Strata Satu)

Ketua Program Studi : Selamat Pohan, S.Ag, MA  
Dosen Pembimbing : Riyan Pradesyah, SE.Sy, MEI

Nama Mahasiswa : Lufvita Melati Sukma Br Sitorus  
Npm : 1601270029  
Semester : VIII  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Judul Skripsi : Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kurangnya Minat Generasi Y Dalam Menggunakan Jasa Bank Syariah (Studi Kasus Di Kepenghuluan Bagan Batu Barat, Kecamatan Bagan Sinembah)

Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf	Keterangan
15-07-2020	- Perbaiki abstrak, gunakan ejaan bahasa. - perbaiki kean Bank syariah - Kesimpulan merupakan jawaban ejaan: Rumus masalah	ff	
17-07-2020	Revisi sedang masa ujian	ff	

Medan, 20 Juli, 2020

Diketahui/Disetujui  
Dekan

Dr. Muhammad Qorib, MA

Diketahui/ Disetujui  
Ketua Program Studi

Selamat Pohan, S.Ag, MA

Pembimbing Skripsi

Riyan Pradesyah, SE.Sy, MEI

## KUISONER

Assalamu'alaykum Warahmatullah Wabarakatuh

Dengan ini saya Lufvita Melati Sukma mahasiswi semester VIII program studi Perbankan Syariah Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU) Medan. Memohon kesediaan waktu bapak/ibu untuk mengisi kuisoner penelitian in. kuisoner ini digunakan dalam rangka penelitian untuk penyusunan skripsi saya yang berjudul "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kurangnya Minat Generasi Y Dalam Menggunakan Jasa Bank Syariah Studi Kasus Di Kepenghuluan Bagan Batu Barat, Kecamatan Bagan Sinembah". Demikianlah permohonan ini saya buat. Saya mengucapkan banyak terima kasih atas bantuan bapak/ibu masyarakat bagan batu barat.

### IDENTITAS RESPONDEN

NAMA :  
JENIS KELAMIN :  
PEKERJAAN :  
UMUR :

#### **Petunjuk Pengisian**

Berilah tanda (X) pada kolom bapak/ibu, saudara/i, pilih sesuai keadaan yang sebenarnya dengan alternative jawaban sebagai berikut:

5 = Sangat Setuju (SS)

4 = Setuju (S)

3 = Netral (N)

2 = Tidak Setuju (TS)

1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

#### 1. Pengetahuan

No	Daftar Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya tertarik dengan bank syariah, karena operasional bank syariah yang sesuai dengan tuntutan agama islam					
2	Mekanisme bank syariah yang tidak diketahui masyarakat					
3	Saya tidak mengerti perbedaan antara bank syariah dan bank konvensional					
4	Istilah-istilah akad yang digunakan dalam perbankan syariah masih asing bagi masyarakat					

5	Banyak masyarakat lebih dominan pada bank konvensional karena lebih mudah dalam pengurusan					
6	Bank syariah lebih menjamin terhindar dari riba					

## 2. Promosi

No	Daftar Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya tidak menggunakan jasa bank syariah karena kurangnya iklan yang dilakukan bank di media cetak ataupun elektronik					
2	Saya tertarik menggunakan jasa bank syariah karena promosi yang dilakukan oleh bank kepada nasabahnya secara langsung					
3	Kurangnya sosialisasi kemanfaatan akad yang ada di bank syariah					
4	Karyawan bank syariah sering melakukan sosialisasi ke tengah-tengah masyarakat					
5	Iklan-iklan tentang perbankan syariah jarang kita temukan					
6	Tidak adanya sosialisasi yang dilakukan oleh bank syariah					

## 3. Lokasi

No	Daftar Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Bank syariahmasihterpusat di pusat-pusatkotasehinggamasihbanyakmasyarakat yang tidak bisa mengaksesnya.					
2	Masih sedikitnya jaringan ATM yang tersebar sehingga sulit untuk dijangkau					
3	Sayatidaktertarikmenggunakanjasa bank syariahkarenalokasinya yang jauhdaritempattinggalsaya.					
4	Lokasi bank syariah hanya bisa ditempuh oleh masyarakat perkotaan					
5	Lahan parkir yang tersedia di kantor-kantor bank syariah masih sempit					
6	Bank syariah memiliki ruang tunggu yang luas dan nyaman					

## 4. Kurangnya minat generasi Y dalam menggunakan jasa bank syariah

No	Daftar Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Kurangnya pengetahuan masyarakat tentang bank syariah sehingga tidak berminat menggunakan jasa bank syariah					
2	Sosialisasi tentang bank syariah tidak merata sehingga masyarakat tidak mengetahui tentang bank					

	syariah					
3	Bank syariah menggunakan sistem bagi hasil sedangkan bank konvensional dengan bunga					
4	Pelayanan bank syariah yang masih kurang, belum dapat menarik minat masyarakat untuk menggunakan jasa bank syariah					
5	Kurangnya promosi yang dilakukan bank syariah sehingga masyarakat tidak berminat menggunakan jasa bank syariah					
6	Kurangnya promosi yang dilakukan bank syariah sehingga masyarakat tidak berminat menggunakan jasa bank syariah					

## Lampiran

### KARAKTERISTIK RESPONDEN

#### Frequencies

##### Statistics

		Jenis Kelamin	Usia	Pekerjaan
N	Valid	99	99	99
	Missing	0	0	0

#### Frequency Table

##### Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	27	27.3	27.3	27.3
	Perempuan	72	72.7	72.7	100.0
Total		99	100.0	100.0	

##### Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	25-30 Tahun	87	87.9	87.9	87.9
	31-35 Tahun	7	7.1	7.1	94.9
	36-40 Tahun	5	5.1	5.1	100.0
Total		99	100.0	100.0	

**Pekerjaan**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	PNS	4	4.0	4.0	4.0
	Peg. Swasta	7	7.1	7.1	11.1
	Karyawan Swasta	19	19.2	19.2	30.3
	Wiraswasta	27	27.3	27.3	57.6
	Mahasiswa	27	27.3	27.3	84.8
	Lainnya	15	15.2	15.2	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

## Lampiran

### Data Frekuensi Variabel Pengetahuan (X1)

#### Frequency Table

Item\_1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	2.0	2.0	2.0
	Tidak Setuju	2	2.0	2.0	4.0
	Netral	18	18.2	18.2	22.2
	Setuju	46	46.5	46.5	68.7
	Sangat Setuju	31	31.3	31.3	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

Item\_2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	20	20.2	20.2	20.2
	Netral	36	36.4	36.4	56.6
	Setuju	37	37.4	37.4	93.9
	Sangat Setuju	6	6.1	6.1	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

Item\_3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	10	10.1	10.1	10.1
	Tidak Setuju	30	30.3	30.3	40.4
	Netral	23	23.2	23.2	63.6
	Setuju	25	25.3	25.3	88.9
	Sangat Setuju	11	11.1	11.1	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

Item\_4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	2.0	2.0	2.0
	Tidak Setuju	12	12.1	12.1	14.1
	Netral	26	26.3	26.3	40.4

Setuju	47	47.5	47.5	87.9
Sangat Setuju	12	12.1	12.1	100.0
Total	99	100.0	100.0	

**Item\_5**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	2	2.0	2.0	2.0
Tidak Setuju	16	16.2	16.2	18.2
Netral	31	31.3	31.3	49.5
Setuju	39	39.4	39.4	88.9
Sangat Setuju	11	11.1	11.1	100.0
Total	99	100.0	100.0	

**Item\_6**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
Tidak Setuju	7	7.1	7.1	8.1
Netral	24	24.2	24.2	32.3
Setuju	30	30.3	30.3	62.6
Sangat Setuju	37	37.4	37.4	100.0
Total	99	100.0	100.0	

### Data Uji Validitas Variabel Pengetahuan (X1)

#### Correlations

#### Correlations

		Item_1	Item_2	Item_3	Item_4	Item_5	Item_6	Pengetahuan (X1)
Item_1	Pearson Correlation	1	.164	.177	.092	.131	.550	.583
	Sig. (2-tailed)		.104	.079	.364	.196	.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99
Item_2	Pearson Correlation	.164	1	.278	.433	.322	.109	.632
	Sig. (2-tailed)	.104		.005	.000	.001	.283	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99
Item_3	Pearson Correlation	.177	.278	1	.200	.172	.042	.580
	Sig. (2-tailed)	.079	.005		.047	.089	.681	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99
Item_4	Pearson Correlation	.092	.433 <sup>***</sup>	.200	1	.393 <sup>***</sup>	.101	.615 <sup>***</sup>
	Sig. (2-tailed)	.364	.000	.047		.000	.318	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99
Item_5	Pearson Correlation	.131	.322 <sup>***</sup>	.172	.393 <sup>***</sup>	1	.092	.590 <sup>***</sup>
	Sig. (2-tailed)	.196	.001	.089	.000		.364	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99
Item_6	Pearson Correlation	.550	.109	.042	.101	.092	1	.530
	Sig. (2-tailed)	.000	.283	.681	.318	.364		.000
	N	99	99	99	99	99	99	99
Pengetahuan (X1)	Pearson Correlation	.583 <sup>**</sup>	.632 <sup>**</sup>	.580 <sup>**</sup>	.615 <sup>**</sup>	.590 <sup>**</sup>	.530 <sup>**</sup>	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	99	99	99	99	99	99	99

**Correlations**

		Item_1	Item_2	Item_3	Item_4	Item_5	Item_6	Pengetahuan (X1)
Item_1	Pearson Correlation	1	.164	.177	.092	.131	.550	.583
	Sig. (2-tailed)		.104	.079	.364	.196	.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99
Item_2	Pearson Correlation	.164	1	.278	.433	.322	.109	.632
	Sig. (2-tailed)	.104		.005	.000	.001	.283	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99
Item_3	Pearson Correlation	.177	.278	1	.200	.172	.042	.580
	Sig. (2-tailed)	.079	.005		.047	.089	.681	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99
Item_4	Pearson Correlation	.092	.433	.200	1	.393	.101	.615
	Sig. (2-tailed)	.364	.000	.047		.000	.318	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99
Item_5	Pearson Correlation	.131	.322	.172	.393	1	.092	.590
	Sig. (2-tailed)	.196	.001	.089	.000		.364	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99
Item_6	Pearson Correlation	.550	.109	.042	.101	.092	1	.530
	Sig. (2-tailed)	.000	.283	.681	.318	.364		.000
	N	99	99	99	99	99	99	99
Pengetahuan (X1)	Pearson Correlation	.583	.632	.580	.615	.590	.530	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	99	99	99	99	99	99	99

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

**Correlations**

		Item_1	Item_2	Item_3	Item_4	Item_5	Item_6	Pengetahuan (X1)
Item_1	Pearson Correlation	1	.164	.177	.092	.131	.550	.583
	Sig. (2-tailed)		.104	.079	.364	.196	.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99
Item_2	Pearson Correlation	.164	1	.278	.433	.322	.109	.632
	Sig. (2-tailed)	.104		.005	.000	.001	.283	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99
Item_3	Pearson Correlation	.177	.278	1	.200	.172	.042	.580
	Sig. (2-tailed)	.079	.005		.047	.089	.681	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99
Item_4	Pearson Correlation	.092	.433	.200	1	.393	.101	.615
	Sig. (2-tailed)	.364	.000	.047		.000	.318	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99
Item_5	Pearson Correlation	.131	.322	.172	.393	1	.092	.590
	Sig. (2-tailed)	.196	.001	.089	.000		.364	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99
Item_6	Pearson Correlation	.550	.109	.042	.101	.092	1	.530
	Sig. (2-tailed)	.000	.283	.681	.318	.364		.000
	N	99	99	99	99	99	99	99
Pengetahuan (X1)	Pearson Correlation	.583	.632	.580	.615	.590	.530	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	99	99	99	99	99	99	99

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

## Data Uji Reliabilitas Variabel Pengetahuan (X1)

### Reliability

#### Scale: ALL VARIABLES

##### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	99	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	99	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

##### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.612	6

##### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Item_1	17.19	8.912	.373	.558
Item_2	17.93	8.658	.440	.534
Item_3	18.25	8.334	.272	.608
Item_4	17.67	8.592	.399	.546
Item_5	17.81	8.687	.357	.562
Item_6	17.26	9.012	.269	.598

## Data Frekuensi Variabel Promosi(X2)

### Frequency Table

**Item\_1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	3	3.0	3.0	3.0
	Tidak Setuju	35	35.4	35.4	38.4
	Netral	27	27.3	27.3	65.7
	Setuju	27	27.3	27.3	92.9
	Sangat Setuju	7	7.1	7.1	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

**Item\_2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	9	9.1	9.1	9.1
	Netral	32	32.3	32.3	41.4
	Setuju	41	41.4	41.4	82.8
	Sangat Setuju	17	17.2	17.2	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

**Item\_3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	3	3.0	3.0	3.0
	Tidak Setuju	24	24.2	24.2	27.3
	Netral	26	26.3	26.3	53.5
	Setuju	35	35.4	35.4	88.9
	Sangat Setuju	11	11.1	11.1	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

**Item\_4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	2.0	2.0	2.0

Tidak Setuju	21	21.2	21.2	23.2
Netral	28	28.3	28.3	51.5
Setuju	32	32.3	32.3	83.8
Sangat Setuju	16	16.2	16.2	100.0
Total	99	100.0	100.0	

**Item\_5**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	14	14.1	14.1	14.1
Netral	30	30.3	30.3	44.4
Setuju	47	47.5	47.5	91.9
Sangat Setuju	8	8.1	8.1	100.0
Total	99	100.0	100.0	

**Item\_6**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	6	6.1	6.1	6.1
Tidak Setuju	28	28.3	28.3	34.3
Netral	34	34.3	34.3	68.7
Setuju	28	28.3	28.3	97.0
Sangat Setuju	3	3.0	3.0	100.0
Total	99	100.0	100.0	

### Data Uji Validitas Variabel Promosi(X2)

#### Correlations

#### Correlations

		Item_1	Item_2	Item_3	Item_4	Item_5	Item_6	Promosi (X2)
Item_1	Pearson Correlation	1	.184	.534	.009	.454	.414	.729
	Sig. (2-tailed)		.068	.000	.926	.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99
Item_2	Pearson Correlation	.184	1	.056	.400	-.037	.024	.441
	Sig. (2-tailed)	.068		.582	.000	.713	.811	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99
Item_3	Pearson Correlation	.534	.056	1	.068	.519	.419	.735
	Sig. (2-tailed)	.000	.582		.505	.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99
Item_4	Pearson Correlation	.009	.400	.068	1	.008	-.036	.420
	Sig. (2-tailed)	.926	.000	.505		.937	.721	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99
Item_5	Pearson Correlation	.454	-.037	.519	.008	1	.403	.636
	Sig. (2-tailed)	.000	.713	.000	.937		.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99
Item_6	Pearson Correlation	.414	.024	.419	-.036	.403	1	.619
	Sig. (2-tailed)	.000	.811	.000	.721	.000		.000
	N	99	99	99	99	99	99	99
Promosi (X2)	Pearson Correlation	.729	.441	.735	.420	.636	.619	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	99	99	99	99	99	99	99

**Correlations**

		Item_1	Item_2	Item_3	Item_4	Item_5	Item_6	Promosi (X2)
Item_1	Pearson Correlation	1	.184	.534	.009	.454	.414	.729
	Sig. (2-tailed)		.068	.000	.926	.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99
Item_2	Pearson Correlation	.184	1	.056	.400	-.037	.024	.441
	Sig. (2-tailed)	.068		.582	.000	.713	.811	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99
Item_3	Pearson Correlation	.534	.056	1	.068	.519	.419	.735
	Sig. (2-tailed)	.000	.582		.505	.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99
Item_4	Pearson Correlation	.009	.400	.068	1	.008	-.036	.420
	Sig. (2-tailed)	.926	.000	.505		.937	.721	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99
Item_5	Pearson Correlation	.454	-.037	.519	.008	1	.403	.636
	Sig. (2-tailed)	.000	.713	.000	.937		.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99
Item_6	Pearson Correlation	.414	.024	.419	-.036	.403	1	.619
	Sig. (2-tailed)	.000	.811	.000	.721	.000		.000
	N	99	99	99	99	99	99	99
Promosi (X2)	Pearson Correlation	.729	.441	.735	.420	.636	.619	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	99	99	99	99	99	99	99

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

## Data Uji Reliabilitas Variabel Promosi(X2)

### Reliability

#### Scale: ALL VARIABLES

##### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	99	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	99	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

##### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.638	6

##### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Item_1	16.77	7.935	.536	.524
Item_2	16.10	10.153	.208	.647
Item_3	16.49	7.804	.539	.521
Item_4	16.37	10.094	.226	.689
Item_5	16.27	9.058	.456	.567
Item_6	16.83	8.838	.397	.583

### Data Frekuensi Variabel Lokasi (X3)

#### Frequency Table

Item\_1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Tidak Setuju	12	12.1	12.1	13.1
	Netral	23	23.2	23.2	36.4
	Setuju	48	48.5	48.5	84.8
	Sangat Setuju	15	15.2	15.2	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

Item\_2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	2.0	2.0	2.0
	Tidak Setuju	6	6.1	6.1	8.1
	Netral	18	18.2	18.2	26.3
	Setuju	51	51.5	51.5	77.8
	Sangat Setuju	22	22.2	22.2	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

Item\_3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	10	10.1	10.1	10.1
	Tidak Setuju	32	32.3	32.3	42.4
	Netral	27	27.3	27.3	69.7
	Setuju	24	24.2	24.2	93.9
	Sangat Setuju	6	6.1	6.1	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

Item\_4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	4	4.0	4.0	4.0
	Tidak Setuju	21	21.2	21.2	25.3

Netral	36	36.4	36.4	61.6
Setuju	30	30.3	30.3	91.9
Sangat Setuju	8	8.1	8.1	100.0
Total	99	100.0	100.0	

**Item\_5**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	5	5.1	5.1	5.1
Tidak Setuju	28	28.3	28.3	33.3
Netral	41	41.4	41.4	74.7
Setuju	19	19.2	19.2	93.9
Sangat Setuju	6	6.1	6.1	100.0
Total	99	100.0	100.0	

**Item\_6**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	3	3.0	3.0	3.0
Netral	38	38.4	38.4	41.4
Setuju	37	37.4	37.4	78.8
Sangat Setuju	21	21.2	21.2	100.0
Total	99	100.0	100.0	

### Data Uji Validitas Variabel Lokasi (X3)

#### Correlations

#### Correlations

		Item_1	Item_2	Item_3	Item_4	Item_5	Item_6	Lokasi (X3)
Item_1	Pearson Correlation	1	.542	.349	.359	.099	.161	.680
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.332	.111	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99
Item_2	Pearson Correlation	.542	1	.358	.415	.212	.148	.726
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.035	.143	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99
Item_3	Pearson Correlation	.349	.358	1	.497	.299	-.122	.694
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.003	.229	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99
Item_4	Pearson Correlation	.359	.415	.497	1	.356	-.038	.731
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.706	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99
Item_5	Pearson Correlation	.099	.212	.299	.356	1	-.060	.538
	Sig. (2-tailed)	.332	.035	.003	.000		.555	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99
Item_6	Pearson Correlation	.161	.148	-.122	-.038	-.060	1	.250
	Sig. (2-tailed)	.111	.143	.229	.706	.555		.001
	N	99	99	99	99	99	99	99
Lokasi (X3)	Pearson Correlation	.680	.726	.694	.731	.538	.250	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.001	
	N	99	99	99	99	99	99	99

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

**Correlations**

		Item_1	Item_2	Item_3	Item_4	Item_5	Item_6	Lokasi (X3)
Item_1	Pearson Correlation	1	.542	.349	.359	.099	.161	.680
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.332	.111	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99
Item_2	Pearson Correlation	.542	1	.358	.415	.212	.148	.726
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.035	.143	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99
Item_3	Pearson Correlation	.349	.358	1	.497	.299	-.122	.694
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.003	.229	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99
Item_4	Pearson Correlation	.359	.415	.497	1	.356	-.038	.731
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.706	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99
Item_5	Pearson Correlation	.099	.212	.299	.356	1	-.060	.538
	Sig. (2-tailed)	.332	.035	.003	.000		.555	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99
Item_6	Pearson Correlation	.161	.148	-.122	-.038	-.060	1	.250
	Sig. (2-tailed)	.111	.143	.229	.706	.555		.001
	N	99	99	99	99	99	99	99
Lokasi (X3)	Pearson Correlation	.680	.726	.694	.731	.538	.250	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.001	
	N	99	99	99	99	99	99	99

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

## Data Uji Reliabilitas Variabel Lokasi (X3)

### Reliability

#### Scale: ALL VARIABLES

##### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	99	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	99	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

##### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.663	6

##### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Item_1	16.57	8.636	.495	.586
Item_2	16.35	8.394	.561	.563
Item_3	17.37	8.053	.466	.593
Item_4	17.04	8.080	.549	.561
Item_5	17.28	9.470	.297	.655
Item_6	16.44	11.392	2.016	.728

## Data Frekuensi Variabel Kurangnya Minat Generasi Y (Y)

### Frequency Table

**Item\_1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	2.0	2.0	2.0
	Tidak Setuju	6	6.1	6.1	8.1
	Netral	27	27.3	27.3	35.4
	Setuju	42	42.4	42.4	77.8
	Sangat Setuju	22	22.2	22.2	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

**Item\_2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	2.0	2.0	2.0
	Tidak Setuju	9	9.1	9.1	11.1
	Netral	23	23.2	23.2	34.3
	Setuju	54	54.5	54.5	88.9
	Sangat Setuju	11	11.1	11.1	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

**Item\_3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Tidak Setuju	10	10.1	10.1	11.1
	Netral	24	24.2	24.2	35.4
	Setuju	30	30.3	30.3	65.7
	Sangat Setuju	34	34.3	34.3	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

**Item\_4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	2.0	2.0	2.0

Tidak Setuju	27	27.3	27.3	29.3
Netral	34	34.3	34.3	63.6
Setuju	28	28.3	28.3	91.9
Sangat Setuju	8	8.1	8.1	100.0
Total	99	100.0	100.0	

**Item\_5**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	2	2.0	2.0	2.0
Tidak Setuju	18	18.2	18.2	20.2
Netral	29	29.3	29.3	49.5
Setuju	42	42.4	42.4	91.9
Sangat Setuju	8	8.1	8.1	100.0
Total	99	100.0	100.0	

**Item\_6**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	2	2.0	2.0	2.0
Tidak Setuju	14	14.1	14.1	16.2
Netral	33	33.3	33.3	49.5
Setuju	35	35.4	35.4	84.8
Sangat Setuju	15	15.2	15.2	100.0
Total	99	100.0	100.0	

## Data Uji Validitas Variabel Kurangnya Minat Generasi Y (Y)

### Correlations

		Correlations						
		Item_1	Item_2	Item_3	Item_4	Item_5	Item_6	Kurangnya Minat Generasi Y (Y)
Item_1	Pearson Correlation	1	.695	.231	.291	.526	.565	.766
	Sig. (2-tailed)		.000	.021	.003	.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99
Item_2	Pearson Correlation	.695	1	.341	.415	.633	.524	.833
	Sig. (2-tailed)	.000		.001	.000	.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99
Item_3	Pearson Correlation	.231	.341	1	.017	.185	.312	.503
	Sig. (2-tailed)	.021	.001		.866	.066	.002	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99
Item_4	Pearson Correlation	.291	.415	.017	1	.525	.392	.616
	Sig. (2-tailed)	.003	.000	.866		.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99
Item_5	Pearson Correlation	.526	.633	.185	.525	1	.517	.786
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.066	.000		.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99
Item_6	Pearson Correlation	.565	.524	.312	.392	.517	1	.777
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.002	.000	.000		.000
	N	99	99	99	99	99	99	99
Kurangnya Minat Generasi Y (Y)	Pearson Correlation	.766	.833	.503	.616	.786	.777	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	99	99	99	99	99	99	99

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

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

## Data Uji Reliabilitas Variabel Kurangnya Minat Generasi Y (Y)

### Reliability

#### Scale: ALL VARIABLES

##### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	99	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	99	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

##### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.800	6

##### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Item_1	17.47	11.619	.640	.750
Item_2	17.61	11.404	.746	.729
Item_3	17.37	13.400	.277	.835
Item_4	18.11	12.630	.431	.798
Item_5	17.88	11.434	.668	.744
Item_6	17.77	11.323	.648	.748

## Uji Regresi

### Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kurangnya Minat Generasi Y

### Dalam Menggunakan Jasa Bank Syariah

## Regression

### Variables Entered/Removed<sup>b</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Lokasi (X3), Pengetahuan (X1), Promosi (X2) <sup>a</sup>		Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Kurangnya Minat Generasi Y (Y)

### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.726 <sup>a</sup>	.527	.512	2.84325

a. Predictors: (Constant), Lokasi (X3), Pengetahuan (X1), Promosi (X2)

b. Dependent Variable: Kurangnya Minat Generasi Y (Y)

### ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	856.197	3	285.399	35.304	.000 <sup>a</sup>
	Residual	767.985	95	8.084		

Total	1624.182	98		
-------	----------	----	--	--

a. Predictors: (Constant), Lokasi (X3), Pengetahuan (X1), Promosi (X2)

b. Dependent Variable: Kurangnya Minat Generasi Y (Y)

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1 (Constant)	4.424	2.089		2.203	.001					
Pengetahuan (X1)	.217	.112	.181	2.935	.001	.561	.195	.137	.566	1.767
Promosi (X2)	.423	.112	.361	3.768	.000	.637	.361	.266	.543	1.842
Lokasi (X3)	.389	.096	.333	4.048	.000	.587	.384	.286	.736	1.359

a. Dependent Variable: Kurangnya Minat Generasi Y (Y)

#### Collinearity Diagnostics<sup>a</sup>

Model	Dimensi	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions			
				(Constant)	Pengetahuan (X1)	Promosi (X2)	Lokasi (X3)
1	1	3.959	1.000	.00	.00	.00	.00
	2	.017	15.298	.08	.15	.27	.59
	3	.014	16.546	.80	.00	.12	.39
	4	.009	20.437	.12	.85	.61	.02

a. Dependent Variable: Kurangnya Minat Generasi Y (Y)

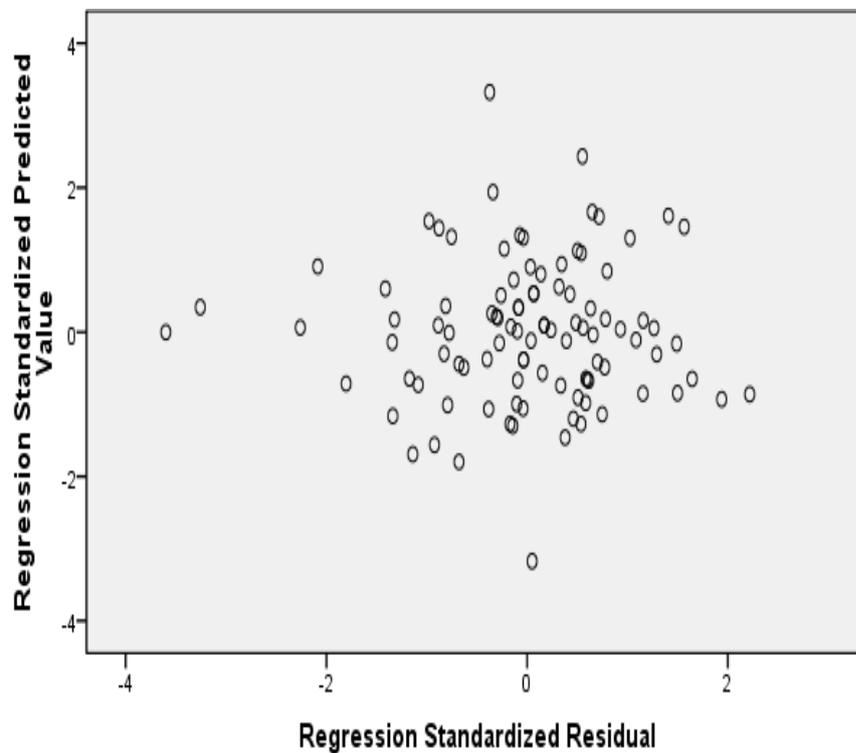
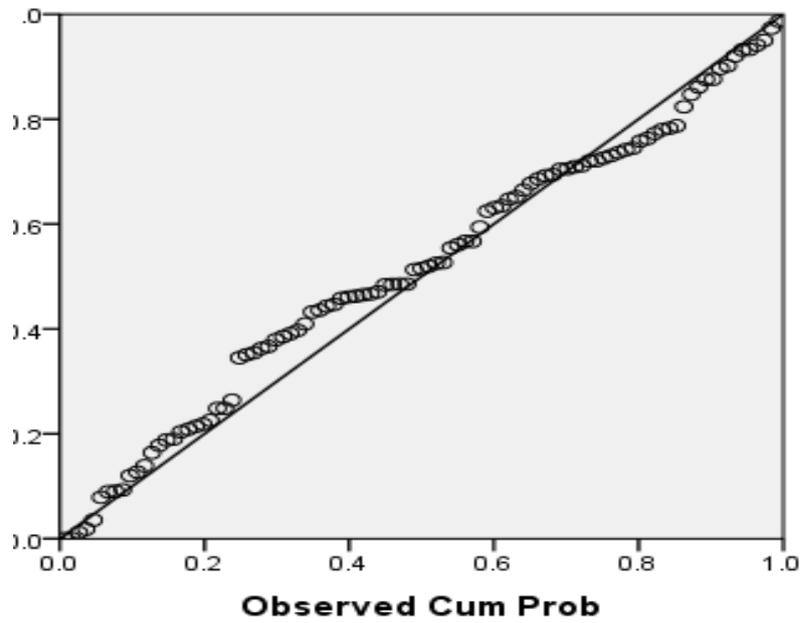
#### Residuals Statistics<sup>a</sup>

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	11.8603	31.0615	21.2424	2.95579	99
Residual	-1.02352E1	6.30399	.00000	2.79939	99

Std. Predicted Value	-3.174	3.322	.000	1.000	99
Std. Residual	-3.600	2.217	.000	.985	99

a. Dependent Variable: Kurangnya Minat Generasi Y (Y)

Dependent Variable: Kurangnya Minat Generasi Y (Y)



## Lampiran

### Uji Normalitas

#### Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kurangnya Minat Generasi Y

#### Dalam Menggunakan Jasa Bank Syariah

### NPar Tests

#### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Predicted Value
N		99
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	21.2424242
	Std. Deviation	2.95579189
Most Extreme Differences	Absolute	.077
	Positive	.077
	Negative	-.047
Kolmogorov-Smirnov Z		.762
Asymp. Sig. (2-tailed)		.607

a. Test distribution is Normal.