

**PENGARUH TINGKAT KEPERCAYAAN, PENGETAHUAN,
PELAYANAN, PROMOSI DAN LOKASI TERHADAP
PREFERENSI MENABUNG MAHASISWA PADA PERBANKAN
SYARIAH
(Studi Pada Mahasiswa FEBI UIN Mataram)**



Oleh
Fahrirrahman
NIM 170502127

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MATARAM
MATARAM
2022**

**PENGARUH TINGKAT KEPERCAYAAN, PENGETAHUAN,
PELAYANAN, PROMOSI DAN LOKASI TERHADAP
PREFERENSI MENABUNG MAHASISWA PADA PERBANKAN
SYARIAH**

(Studi Pada Mahasiswa FEBI UIN Mataram)

Skripsi

**diajukan kepada Universitas Islam Negeri Mataram
untuk melengkapi persyaratan mencapai gelar
Sarjana Ekonomi**



Oleh

Fahrirrahman

NIM 170502127

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MATARAM
MATARAM
2022**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi oleh: Fahrirrahman, NIM: 170502127 dengan judul “Pengaruh Tingkat Kepercayaan, Pengetahuan, Pelayanan, Promosi Dan Lokasi Terhadap Preferensi Menabung Mahasiswa Pada Perbankan Syariah (Studi Pada Mahasiswa FEBI UIN Mataram)” telah memenuhi syarat dan disetujui untuk diuji.

Disetujui pada tanggal: 27 Mei 2022

Pembimbing I,



Dr. Zufawati, M.A.
NIP. 197802052008012019

Pembimbing II,



Safwira Guna Putra, M.Ec.Dev.
NIP. 198504152019031006

Perpustakaan UIN Mataram

NOTA DINAS PEMBIMBING

Mataram, 27 Mei 2022

Hal : **Ujian Skripsi**

Yang Terhormat
Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
di Mataram

Assalamu'alaikum, Wr. Wb.

Dengan hormat, setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi, kami berpendapat bahwa skripsi Saudara:

Nama Mahasiswa : Fahrirrahman
NIM : 17050217
Jurusan/Prodi : Perbankan Syariah
Judul : Pengaruh Tingkat Kepercayaan, Pengetahuan, Pelayanan, Promosi dan Lokasi Terhadap Preferensi Menabung Mahasiswa FEBI UIN Mataram

telah memenuhi syarat untuk diajukan dalam sidang *munaqasyah* skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Mataram. Oleh karena itu, kami berharap agar skripsi ini dapat segera di-*munaqasyah*-kan.

Wassalammu'alaikum, Wr. Wb.

Pembimbing I,



Dr. Zulfawati, M.A.
NIP. 197802052008012019

Pembimbing II,



Safwira Guna Putra, M.Ec.Dev.
NIP. 198504152019031006

PENGESAHAN

Skripsi oleh: Fahrirrahman, NIM: 170502127 dengan judul “Pengaruh Tingkat Kepercayaan, Pengetahuan, Pelayanan, Promosi Dan Lokasi Terhadap Preferensi Menabung Mahasiswa Pada Perbankan Syariah (Studi Pada Mahasiswa FEBI UIN Mataram),” telah dipertahankan di depan dewan penguji Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Mataram pada tanggal 9 Juni 2022.

Dewan Penguji

Dr. Zufawati, M.A.
(Ketua Sidang/Pemb. I)

Safwira Guna Putra, M.Ec.Dev.
(Sekretaris Sidang/Pemb. II)

Dr. H. Muslihun, M.Ag
(Penguji I)

Dr. Sanurdi, M.Si
(Penguji II)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam



Dr. Ridwan Mas'ud, M.Ag.

NIP. 19711102002121001

MOTTO

قَالَ يُنُوحُ إِنَّهُ لَيْسَ مِنْ أَهْلِكَ إِنَّهُ عَمَلٌ غَيْرُ صَالِحٍ فَلَا تَسْأَلْنِي مَا لَيْسَ لَكَ بِهِ
عِلْمٌ إِنِّي أَعِظُكَ أَنْ تَكُونَ مِنَ الْجَاهِلِينَ

Artinya, “Wahai Nuh, sesungguhnya dia bukanlah termasuk keluargamu karena perbuatannya sungguh tidak baik. Oleh karena itu, janganlah engkau memohon kepada-Ku sesuatu yang tidak engkau ketahui (hakikatnya). Sesungguhnya Aku menasihatimu agar engkau tidak termasuk orang-orang bodoh”. (QS. Hud [11]: 46)¹

Perpustakaan UIN Mataram

¹Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Jakarta: Lajnah Pentashihan Al-Qur'an, 2019), hlm. 312.

PERSEMBAHAN

*“Dengan segala takzim dan bangga kupersembahkan skripsi ini khusus untuk **Ibuku Ma’ani dan Ayahku Mukhtar**. Berkat do’a dan rida mu semua ini bisa tercapai. Tak lupa untuk para motivatorku Mama Ua ku, Bibiku Fitri, Pamanku Mukhtar, saudaraku Ibal, Fauzan, dan Adli Mahyudi, almamaterku, guru dan dosenku, organisasiku HMI MPO Komisariat Bintang, kekasihku Husnaini, sahabatku Arif Fugiyanto dan Rizkan, abangku Jihad Akbar yang senantiasa mendampingi dan membantu”.*

Perpustakaan UIN Mataram

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji hanya bagi Allah, Tuhan semesta alam dan shalawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad, juga kepada keluarga, sahabat, dan semua pengikutnya. Amin.

Penulis menyadari bahwa proses penyelesaian skripsi ini tidak akan sukses tanpa bantuan dan keterlibatan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis memberikan penghargaan setinggi-tingginya dan ucapan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu sebagai berikut.

1. Dr. Zufawati, M.A. sebagai Pembimbing I dan Safwira Guna Putra, M.Ec.Dev. sebagai Pembimbing II yang memberikan bimbingan, motivasi, dan koreksi mendetail, terus-menerus, dan tanpa bosan di tengah kesibukannya dalam suasana keakraban menjadikan skripsi ini lebih matang dan cepat selesai;
2. Dr. Sanurdi, M.SI. sebagai ketua program studi
3. Dr. Riduan Mas'ud, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam;
4. Prof. Dr. Tgh. Masnun Tahir, MA. selaku Rektor UIN Mataram yang telah memberi tempat bagi penulis untuk menuntut ilmu dan memberi bimbingan dan peringatan untuk tidak berlama-lama di kampus tanpa pernah selesai.

Semoga amal kebaikan dari berbagai pihak tersebut mendapat pahala yang lipat-ganda dari Allah swt. dan semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi semesta. Amin.

Mataram, 9 Juni 2022

Penulis,



Fahrirrahman

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN LOGO	iii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iv
NOTA DINAS PEMBIMBING	v
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	vi
PENGESAHAN	vi
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAK.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
D. Definisi Operasional	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS PENELITIAN	22
A. Kajian Pustaka	22
B. Kerangka Berpikir.....	25
C. Hipotesis Penelitian	26
BAB III METODE PENELITIAN.....	28
A. Pendekatan Penelitian	28

B. Populasi dan Sampel.....	28
C. Waktu dan Tempat Penelitian.....	29
D. Variabel Penelitian.....	30
E. Instrumen Penelitian	30
F. Prosedur Penelitian	31
G. Jenis dan Sumber Data.....	31
H. Teknik Pengumpulan Data.....	32
I. Teknik Analisis Data.....	33
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	38
A. Hasil Penelitian	38
B. Pembahasan.....	65
BAB V PENUTUP.....	70
A. Kesimpulan	70
B. Saran	71
DAFTAR PUSTAKA	72

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
M A T A R A M

Perpustakaan UIN Mataram

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Skala Likert, 33
Tabel 4.1	Data Responden Berdasarkan Jurusan, 43
Tabel 4.2	Data Responden Berdasarkan Semester/Angkatan, 43
Tabel 4.3	Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin, 44
Tabel 4.4	Data Responden Berdasarkan Rekening Tabungan Bank Syariah, 44
Tabel 4.5	Data Lama Menabung Responden, 45
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Variabel Tingkat Kepercayaan, 46
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas Variabel Pengetahuan, 47
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas Variabel Pelayanan, 47
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas Variabel Promosi, 48
Tabel 4.10	Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi, 48
Tabel 4.11	Hasil Uji Validitas Variabel Preferensi Menabung, 49
Tabel 4.12	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Tingkat Kepercayaan, 49
Tabel 4.13	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Pengetahuan, 50
Tabel 4.14	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Pelayanan, 52
Tabel 4.15	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Promosi, 53
Tabel 4.16	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Lokasi, 54
Tabel 4.17	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Preferensi Menabung, 54
Tabel 4.18	Hasil Uji Normalitas, 57
Tabel 4.19	Hasil Uji Multikolinearitas, 58
Tabel 4.20	Hasil Uji Heterokedastisitas, 59
Tabel 4.21	Hasil Uji T, 62
Tabel 4.22	Hasil Uji F, 64
Tabel 4.23	Hasil Uji R ² , 65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Uji Parsial, 25

Gambar 2.2 Kerangka Uji Simultan, 26

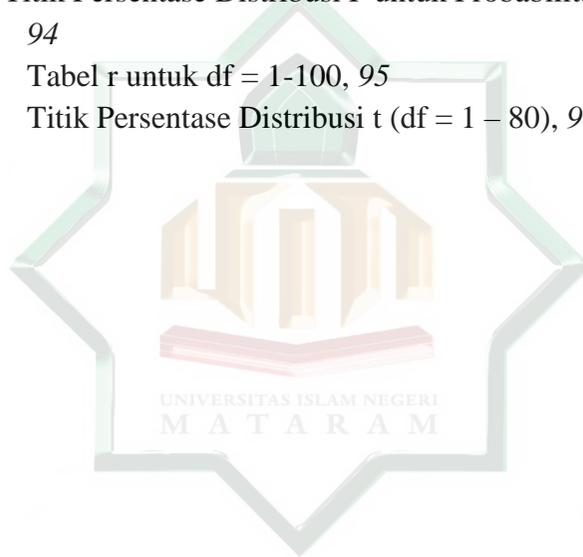
Gambar 4.1 Struktur Organisasi FEBI UIN Mataram, 42



Perpustakaan UIN Mataram

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampirian 1 LEMBAR KUESIONER PENELITIAN (ANGKET), 77
- Lampirian 2 Data Jawaban Responden Variabel Tingkat Kepercayaan, Pengetahuan dan Pelayanan, 85
- Lampirian 3 Data Jawaban Responden Variabel Promosi, Lokasi dan Preferensi Menabung, 89
- Lampirian 4 Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05 (1-45), 93
- Lampirian 5 Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05 (45-90), 94
- Lampirian 6 Tabel r untuk $df = 1-100$, 95
- Lampirian 7 Titik Persentase Distribusi t ($df = 1 - 80$), 98



Perpustakaan UIN Mataram

**PENGARUH TINGKAT KEPERCAYAAN, PENGETAHUAN,
PELAYANAN, PROMOSI DAN LOKASI TERHADAP
PREFERENSI MENABUNG MAHASISWA PADA PERBANKAN
SYARIAH
(STUDI PADA MAHASISWA FEBI UIN MATARAM)**

Oleh:

**Fahrirrahman
NIM 170502127**

ABSTRAK

Penelitian ini bermaksud menjelaskan apakah tingkat kepercayaan, pengetahuan, pelayanan, promosi dan lokasi berpengaruh terhadap preferensi (kecenderungan) menabung, serta bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh tingkat kepercayaan, pengetahuan, pelayanan, promosi dan lokasi terhadap preferensi menabung mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Mataram pada Perbankan Syariah.

Penelitian ini merupakan penelitian dengan pendekatan kuantitatif. Jumlah populasi dalam penelitian ini sebanyak 2.122 mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang terdiri dari jurusan Ekonomi Syariah, Perbankan Syariah dan Pariwisata Syariah dari angkatan tahun 2017 sampai 2021. Teknik sampling yang digunakan adalah teknik *purposive sampling* dengan penentuan jumlah sampel menggunakan perhitungan rumus *slovin*, sampel yang dihasilkan sebanyak 95 orang mahasiswa, dan jumlah responden sesuai dengan sampel yang ditargetkan. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi pustaka dan kuesioner dengan teknik analisis data yaitu uji instrumen penelitian, uji asumsi klasik dan analisis regresi linear berganda. Data diolah menggunakan *SPSS versi 25*.

Hasil penelitian mengatakan adanya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Hal ini terbukti dari hasil uji F secara simultan $F_{hitung} = 14,249 >$ dari nilai $F_{tabel} = 2,360$ dengan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Artinya tingkat kepercayaan, pengetahuan, pelayanan, promosi dan lokasi memiliki pengaruh terhadap preferensi menabung mahasiswa FEBI UIN Mataram. Hasil uji koefisien determinasi R^2 diperoleh hasil $Adjusted R^2 = 0,707$ artinya persentase dari pengaruh tingkat kepercayaan, pengetahuan, pelayanan, promosi dan lokasi terhadap preferensi menabung mahasiswa FEBI UIN Mataram adalah sebesar 70,7%.

Sisanya 29,3% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk ke dalam model penelitian ini.

Kata Kunci: Tingkat Kepercayaan, Pengetahuan, Pelayanan, Promosi, Lokasi, Preferensi Menabung, Mahasiswa



Perpustakaan UIN Mataram

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan Bank Syariah dewasa ini cukup masif dan melejit, ramainya tren syariah hampir di semua lini cukup menjadikan Bank Syariah populer dan tidak kalah saing dengan Bank Konvensional, terbukti semakin banyaknya lembaga-lembaga keuangan syariah baik ditingkat makro maupun mikro menunjukkan bahwa keuangan yang berbasis syariah sangat diminati dan dibutuhkan oleh masyarakat dari berbagai kalangan untuk menopang jalannya aktivitas perekonomian. Bank syariah sebagai salah satu institusi yang berasaskan pada prinsip Islam universal mewujudkan masyarakat adil dan *rahmatan lilalamin* (rahmat bagi alam semesta) bergerak dalam bidang perekonomian dan keuangan.

Sejarah mencatat awal mula berdirinya Bank Syariah di Indonesia, berawal dari lokakarya MUI, di mana para peserta yang hadir menyepakati berdirinya Bank Syariah di Indonesia tahun 1990. Bank Muamalah Indonesia (BMI) adalah Bank Syariah pertama di Indonesia dibentuk pada 1 Mei 1992. Kemudian secara legalitas Bank Syariah baru diakui keberadaannya lewat UU Nomor 10 tahun 1998, dan memperkenalkan Bank Konvensional membuka kantor cabang syariah.²

Menurut Kasmir, lembaga keuangan adalah setiap perusahaan yang bergerak dibidang keuangan, menghimpun dana, menyalurkan dana atau kedua-duanya.³ Dengan demikian lembaga keuangan dapat dipahami sebagai satu usaha dari suatu perusahaan yang bergerak dalam bidang yang memiliki kaitan dengan keuangan. Bank syariah merupakan salah satu lembaga keuangan yang menjalankan fungsi

²Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2014), cet. ke-4, hlm. 64.

³Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2013), cet. ke-12, hlm. 24.

sebagai perantara menghimpun dana dari masyarakat kemudian menyalurkannya sesuai dengan prinsip-prinsip dan kaidah syariah.

Hadirnya Bank Syariah di tanah air memberikan warna tersendiri bagi lembaga keuangan dan pilihan masyarakat sesuai dengan kepercayaan pada yang dianutnya. Berdasarkan undang-undang nomor 10 tahun 1998 tentang perubahan atas undang-undang nomor 7 tahun 1992 mengenai perbankan. Dalam sistem perbankan, Indonesia menganut dua sistem perbankan (*dual banking system*), yakni perbankan konvensional dan perbankan syariah. Kemudian pada tahun 1999 dengan dikeluarkannya undang-undang nomor 23 tentang Bank Indonesia di mana BI sebagai Bank Sentral Indonesia bertanggung jawab terhadap pengaturan dan pengawasan bank komersial termasuk Bank Syariah. Selain itu Bank Indonesia lewat undang-undang tersebut juga didorong untuk menetapkan kebijakan moneter dengan menggunakan prinsip-prinsip syariah.⁴

Bank Syariah dilihat dari aspek kemunculannya mengacu pada *demand* (permintaan) masyarakat akan pentingnya lembaga keuangan dan produk jasa syariah. Dibandingkan perbankan konvensional, Bank Syariah memiliki beberapa keunggulan di antaranya yang menjadi perbedaan mendasar keduanya terletak pada pembagian dan pengembalian keuntungan yang diberikan dari nasabah ke bank atau sebaliknya dari bank kepada nasabah, dari hal inilah timbul istilah sistem bunga maupun sistem bagi hasil.

Berdasarkan data yang dirilis oleh otoritas jasa keuangan (OJK) tahun 2020 mencatat pertumbuhan aset, pembiayaan, dan dana pihak ketiga (DPK) perbankan syariah menunjukkan performa yang cukup baik. Di masa pandemi Covid-19, kinerja Bank Umum Syariah (BUS) selama tahun 2020 menunjukkan stabilitas yang terjaga bila dibandingkan dengan Bank Umum Konvensional (BUK).⁵

⁴Presiden Republik Indonesia, Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 1999 Tentang Bank Indonesia.

⁵Otoritas Jasa Keuangan, Laporan Perkembangan Keuangan Syariah Tahun 2020, hlm. 22.

Pertumbuhan aset perbankan syariah pada tahun 2020 sebesar 13,11% lebih tinggi dibandingkan dengan perbankan konvensional sebesar 6,74%, sedangkan pertumbuhan DPK perbankan syariah 11,98% juga menunjukkan posisi yang stabil dan masih lebih tinggi dibandingkan dengan perbankan konvensional sebesar 10,93%. Demikian pula pertumbuhan pembiayaan perbankan syariah, yang meski melambat, masih lebih tinggi 8,08% bila dibandingkan dengan perbankan konvensional. Pertumbuhan yang cukup tinggi tersebut dengan *market share* yang terus meningkat menunjukkan layanan perbankan syariah makin dipercaya oleh masyarakat terutama pada masa pandemi. Meskipun Bank Konvensional masih di minati oleh masyarakat, namun terbukti Bank Syariah mampu menyaingi tumbuh kembangan perbankan konvensional. Tahun 2021 mencatat perkembangan kantor Bank Umum Syariah bertambah menjadi sebanyak 2.034, sedangkan Bank Umum Konvensional mengalami kemunduran menjadi 30.733 dari 32.963 di tahun 2015.⁶

Namun, pada praktiknya ada beberapa faktor yang menjadi penghambat tumbuh kembangnya industri perbankan syariah di Indonesia, antara lain: belum memadainya sumber daya manusia yang terdidik dan profesional, manajemen sumber daya manusia dan pengembangan budaya serta jiwa wirausaha (*entrepreneurship*) bangsa kita yang masih lemah, permodalan (dana) yang relatif kecil dan terbatas, adanya ambivalensi antara konsep syariah pengelolaan Bank Syariah dengan operasionalisasi di lapangan, tingkat kepercayaan yang masih rendah dari umat Islam dan secara akademik belum terumuskan dengan sempurna untuk mengembangkan lembaga keuangan syariah dengan cara sistematis dan proporsional.⁷

Universitas Islam Negeri Mataram sudah beberapa tahun melakukan kerja sama dengan Bank Syariah Bank BNI Syariah yang sekarang menjadi Bank Syariah Indonesia (BSI) dan Bank NTB Syariah

⁶Otoritas Jasa Keuangan, Laporan Perkembangan Keuangan Syariah Tahun 2021, hlm 23-24.

⁷Aam Slamet Rusydiana, "Analisis Masalah Pengembangan Perbankan Syariah Di Indonesia: Aplikasi Metode Analytic Network Process", *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, Vol. 6, Nomor 2, Oktober 2016, hlm. 238.

dalam hal pembayaran Uang Kuliah Tunggal (UKT) dan Kartu Tanda Mahasiswa (KTM), yakni sejak tahun 2017 semenjak perubahan status dari IAIN Mataram ke UIN Mataram sampai sekarang, yang memiliki fungsi tak hanya sebagai kartu identitas mahasiswa tetapi juga langsung menjadi kartu Anjungan Tunai Mandiri (ATM).⁸ Hadirnya Bank Syariah dalam ruang lingkup universitas dan keterlibatan mahasiswa bertransaksi dengan Bank Syariah menjadi hal yang perlu kiranya di analisis terkait alasan atau faktor yang mempengaruhi mereka berhubungan dengan Bank Syariah.

Hasil observasi awal peneliti pada beberapa mahasiswa menunjukkan bahwa preferensi menabung mahasiswa beragam. Seperti halnya saudari Wanda Jurusan Perbankan Syariah semester 8 yang menggunakan rekening tabungan Bank BTN Syariah Mataram, alasan yang mempengaruhinya menabung pada Bank Syariah adalah karna kepercayaan kepada agama Islam yang dianutnya dan pengetahuan mengenai perbankan syariah serta produk-produk perbankan syariah.⁹ Agus, mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah semester 8 yang memiliki rekening tabungan pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Mataram. Faktor yang mempengaruhi Agus menabung pada Bank Syariah adalah karna pelayanan Bank BSI yang bagus terhadap nasabah.¹⁰ Husnaini, mahasiswi jurusan Pariwisata Syariah semester 8 yang memiliki rekening tabungan Bank BSI Mataram. Faktor yang mempengaruhi Husnaini menabung pada Bank Syariah adalah karna lokasinya yang strategis, berdekatan dengan rumah dan promosi yang ditawarkan oleh Bank BSI.¹¹

Beberapa penelitian terdahulu yang peneliti jadikan sebagai bahan dan langkah awal dalam melakukan penelitian ini. Adalah penelitian Marliah Maulina dan Ismaulina, dalam penelitian tersebut terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi menabung, di antaranya faktor tingkat kepercayaan, pengetahuan dan pelayanan,

⁸Nurul Wahyuti, *Wawancara*, Bagian Akademik dan Kemahasiswaan Rektorat UIN Mataram, 7 Februari 2022.

⁹Wanda, *Wawancara*, Mataram, 9 Februari 2022.

¹⁰Agus, *Wawancara*, Mataram, 10 Februari 2022.

¹¹Husnaini, *Wawancara*, Mataram, 10 Februari 2022.

faktor tingkat kepercayaan tidak memiliki pengaruh terhadap preferensi menabung, sedangkan faktor pengetahuan dan pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat menabung.¹² Hasil Penelitian Ayif Fathurrahman dan Umi Uzizah memiliki hasil yang berbeda dengan penelitian Marliah Maulina dan Ismaulina, di mana dalam penelitian tersebut dihasilkan bahwa faktor tingkat kepercayaan memiliki pengaruh positif terhadap preferensi menabung, begitu pun dengan faktor fasilitas dan manfaat, sebaliknya faktor biaya memiliki pengaruh yang negatif.¹³ Sedangkan faktor lokasi dan promosi dalam penelitian Imam Mu'aziz dkk, memiliki pengaruh yang signifikan terhadap preferensi menabung.¹⁴

Dari hasil observasi awal dan penelitian terdahulu di atas, maka peneliti menyimpulkan bahwa terdapat lima faktor yang mempengaruhi preferensi menabung, yakni faktor Tingkat Kepercayaan, faktor Pengetahuan, faktor Pelayanan, faktor Promosi, dan faktor Lokasi. Hadirnya penelitian ini ingin melihat dan menganalisis lebih mendalam sejauh mana kelima faktor tersebut mempengaruhi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Mataram memilih menabung di Bank Syariah.

Berangkat dari hal tersebut di atas, maka peneliti terdorong untuk mengangkat judul sebagai berikut: **“Pengaruh Tingkat Kepercayaan, Pengetahuan, Pelayanan, Promosi Dan Lokasi Terhadap Preferensi Menabung Mahasiswa Pada Bank Syariah”**.

¹²Marliah Maulina dan Ismaulina, “Analisis Faktor-Faktor Preferensi Mahasiswa Menabung Di Perbankan Syariah”, *AT-TIJARAH: Jurnal Penelitian Keuangan dan Perbankan Syariah*, Vol. 3, Nomor 1, Desember 2018. hlm. 10.

¹³Ayif Fathurrahman dan Umi Uzizah, “Analisis Faktor Preferensi Mahasiswa Terhadap Perbankan Syariah (Studi Pada Mahasiswa Ilmu Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)”, *IHTIFAZ: Jurnal of Islamic, Econimics Finance and Banking*, Vol. 1, Nomor 1 & 2, Juni 2018. hlm. 118.

¹⁴Imam Mu'aziz, Ikhwan Hamdani dan Ahmad Mulyadi Khosim, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Nasabah Menabung Di BPRS Amanah Ummah”, *AL-INFAQ: Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. 8, Nomor 2, Desember 2017. hlm. 124.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut diatas dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian yaitu:

1. Apakah faktor tingkat kepercayaan secara parsial berpengaruh terhadap preferensi menabung mahasiswa pada Bank Syariah?
2. Apakah faktor pengetahuan secara parsial berpengaruh terhadap preferensi menabung mahasiswa pada Bank Syariah?
3. Apakah faktor pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap preferensi menabung mahasiswa pada Bank Syariah?
4. Apakah faktor promosi secara parsial berpengaruh terhadap preferensi menabung mahasiswa pada Bank Syariah?
5. Apakah faktor lokasi secara parsial berpengaruh terhadap preferensi menabung mahasiswa pada Bank Syariah?
6. Bagaimanakah faktor tingkat kepercayaan, pengetahuan, pelayanan, promosi dan lokasi secara simultan berpengaruh terhadap preferensi menabung mahasiswa pada Bank Syariah?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui apakah faktor tingkat kepercayaan, pengetahuan, pelayanan, promosi dan lokasi berpengaruh terhadap preferensi menabung mahasiswa pada Bank Syariah.
- b. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh faktor tingkat kepercayaan, pengetahuan, pelayanan, promosi dan lokasi terhadap preferensi menabung mahasiswa pada Bank Syariah.

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoretis

Menambah pengetahuan tentang ilmu perbankan syariah khususnya nasabah dengan Bank, dan sebagai tugas

akhir persyaratan akademik, serta untuk menunjang sarana dan rujukan dalam mengerjakan tugas atau kepentingan lainnya. Harapannya dapat bermanfaat dan berguna bagi perkembangan ilmu pengetahuan.

b. Manfaat Praktis

Hasil yang diperoleh dapat menjadi masukan bagi pihak-pihak yang berkepentingan khususnya bagi penyusun, umumnya bagi pembaca yang bersangkutan dan lembaga-lembaga yang berkecimpung dalam keuangan Islam.

D. Definisi Operasional

1. Pengertian Preferensi

Abdul Rahman Shaleh dan Muhibb Abdul Wahab mendefinisikan preferensi itu dapat diartikan suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian kepada orang dan bertindak terhadap orang. Aktivitas atau situasi yang menjadi objek dari minat tersebut dengan disertai dengan perasaan senang atau puas.¹⁵

Sedangkan menurut Andi Mappiare definisi preferensi adalah suatu perangkat mental yang terdiri dari suatu campuran dari perasaan, harapan, pendirian, prasangka, rasa takut atau kecenderungan lain yang mengarahkan individu kepada suatu pilihan tertentu.¹⁶

Menurut Kotler preferensi konsumen menunjukkan kesukaan konsumen dari berbagai pilihan produk jasa yang ada.¹⁷ Preferensi merupakan kesukaan (kecenderungan hati) kepada sesuatu. Preferensi juga diartikan sebagai pilihan suka atau tidak

¹⁵Rifa'atul Machmudah, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Non Muslim Menjadi Nasabah Di Bank Syariah Pada Bank CIMD Niaga Syariah Semarang", (*Skripsi*, Fakultas Syariah IAIN Walisongo Semarang, Semarang, 2009), hlm. 24.

¹⁶Andi Mappiare, *Psikologi Orang Dewasa Bagi Penyesuaian Dan Pendidikan*, (Surabaya: Usana Offsetprinting, 1994), hlm. 62.

¹⁷Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Prehalindo, 2000), cet. ke-10, hlm. 154.

suka oleh seseorang terhadap suatu produk, barang atau jasa yang dikonsumsi.

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan preferensi adalah kecenderungan seseorang atau individu dalam melakukan dan memilih suatu hal didasari dengan keyakinan dan pengetahuan atau dorongan lain untuk mengambil tindakan.

2. Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Menabung

a. Tingkat Kepercayaan

Kepercayaan merupakan sebuah fondasi dari suatu usaha. Kepercayaan adalah suatu kesadaran dan perasaan yang dimiliki oleh pelanggan untuk mempercayai sebuah produk.¹⁸ Kepuasan yang di rasakan oleh pelanggan menghadirkan kepercayaan terhadap suatu produk usaha barang dan jasa.

Kepuasan pelanggan merupakan faktor terpenting untuk menghasilkan kepercayaan pelanggan terhadap suatu perusahaan yang menawarkan produk atau layanan. Semakin banyak kepuasan yang di berikan pelanggan maka kepercayaan terhadap suatu produk tersebut juga semakin kuat.¹⁹

Menurut Mowen dan Minor terdapat tiga jenis kepercayaan, yaitu:²⁰

1) Kepercayaan atribut produk

Pengetahuan tentang sebuah objek memiliki sebuah atribut khusus yang disebut kepercayaan atribut objek. Kepercayaan atribut objek menghubungkan sebuah atribut

¹⁸Kevin Putra Mahendra dkk, "Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Cv Mitra Perkasa Utomo", *Agora*. Vol. 7, Nomor 1, 2018, hlm. 101.

¹⁹Bricci dkk, "Efek Dari Kepercayaan, Komitmen dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan di Sektor Distribusi", *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen*. Vol. 4, Nomor 2, Februari 2016, hlm 173.

²⁰Nurul Widyawati, "Pengaruh Kepercayaan dan Komitmen Serta Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Loyalitas Konsumen di Hotel Zakiyah Medan", *Jurnal Ekitas*, Vol. 12, 2008, hlm. 79.

dengan objek, seperti seseorang, barang atau jasa. Melalui kepercayaan atribut objek, konsumen menyatakan apa yang diketahui tentang sesuatu dalam hal variasi atributnya.

2) Kepercayaan manfaat atribut

Seseorang mencari produk dan jasa yang akan menyelesaikan masalah-masalah dan memenuhi kebutuhannya dengan kata lain memiliki atribut yang akan memberikan manfaat yang dapat dikenal. Hubungan antara atribut dan manfaat ini menggambarkan persepsi konsumen tentang seberapa jauh sebuah atribut tertentu menghasilkan, atau memberikan, manfaat tertentu.

3) Kepercayaan manfaat objek

Jenis kepercayaan ini dibentuk dengan menghubungkan objek dan manfaatnya. Kepercayaan manfaat objek merupakan persepsi konsumen tentang seberapa jauh produk, orang atau jasa tertentu yang akan memberikan manfaat tertentu.

b. Pengetahuan

Pengetahuan konsumen adalah informasi yang disimpan dalam ingatan konsumen. Pengetahuan merupakan faktor penentu utama dari perilaku konsumen. Menurut Suwarman, Pengetahuan Konsumen adalah semua informasi yang dimiliki konsumen mengenai berbagai macam produk dan jasa serta pengetahuan lainnya yang terkait dengan produk dan jasa tersebut dan informasi yang berhubungan dengan fungsinya sebagai konsumen.²¹

Menurut Nitisusastro, Pengetahuan Konsumen adalah pengetahuan yang memiliki komponen mengenai nama produk, manfaat produk, harga produk untuk dirinya dan kelompok

²¹Ujang Suwarman, *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. (Bogor: Ghalia Indonesia, 2002), hlm. 27.

mana di peruntukkan, dan dari mana produk tersebut dapat diperoleh.²²

c. Pelayanan

Secara sederhana pelayanan dapat diistilahkan (*service*) yang dapat diartikan sebagai kegiatan melakukan sesuatu bagi orang lain. Sedangkan secara umum pelayanan adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, melalui pelayanan ini keinginan dan kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi.²³

Pelayanan yang baik merupakan kunci pemasaran suatu produk usaha yang dapat memuaskan konsumen. Perbankan syariah dalam hal ini memberikan pelayanan yang baik sesuai dengan prosedur yang tetap memperhatikan kepentingan konsumen dapat menjadi indikator mahasiswa memilih menabung pada Bank Syariah.

Unsur-unsur dalam standar pelayanan adalah:²⁴

- 1) Bukti fisik (*tangible*), merupakan aspek perusahaan jasa yang mudah terlihat dan ditemui konsumen, yaitu dalam wujud sarana dan prasarana, alat komunikasi dan tampilan personil.
- 2) Empati (*emphaty*), meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan dengan konsumen, komunikasi yang baik, perhatian dan memahami pelanggan.
- 3) Daya tanggap (*responsiveness*), adalah kemauan untuk memberikan pelayanan dan membantu konsumen dengan segera, dalam hal ini yang penting adalah standar-standar

²²Mulyadi Nitisusastro, *Perilaku Konsumen dalam Prespektif Kewirausahaan*, (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm. 67.

²³Fandy Tjiptono, *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2008), cet. ke-1, hlm. 1.

²⁴Ade Syarif Maulana, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Toi", *Jurnal Ekonomi*, Vol. 7, Nomor 2, November 2016, hlm. 118.

yang digunakan harus sesuai dengan permintaan atau harapan, kecepatan tanggapan yang diinginkan konsumen serta persepsi konsumen tentang kecepatan bukan didasarkan atas persepsi perusahaan.

- 4) Kehandalan (*reliability*), merupakan kemampuan perusahaan menyampaikan jasa yang akurat dan konsisten.
- 5) Jaminan (*assurance*), adalah kompetensi, sopan santun, kredibilitas, dan keamanan yang akan membantu keyakinan konsumen bahwa akan mendapatkan jasa yang diharapkan.

d. Promosi

Menurut Rambat Lupiyoadi promosi merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilakukan oleh perusahaan dalam memasarkan produk dan jasa. Kegiatan promosi bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan konsumen, melainkan juga sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai keinginan dan kebutuhan.²⁵

Menurut Tjiptono, bentuk-bentuk kegiatan promosi adalah sebagai berikut:²⁶

- 1) Periklanan (*advertising*). Iklan adalah bentuk komunikasi tidak langsung yang didasari pada informasi tentang keunggulan atau keuntungan suatu produk, yang disusun sedemikian rupa sehingga menimbulkan rasa menyenangkan yang akan mengubah pikiran seseorang untuk melakukan pembelian.
- 2) Penjualan Perseorangan (*personal selling*). *Personal selling* adalah komunikasi langsung (tatap muka) antara penjual dan calon pelanggan untuk memperkenalkan suatu produk kepada calon pelanggan dan membentuk pemahaman

²⁵Rambat Lupiyoadi, A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba Empat, 2006), hlm. 120.

²⁶Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: CV. Andi, 2008), hlm. 226.

pelanggan terhadap produk sehingga mereka kemudian akan mencoba dan membelinya.

- 3) Promosi Penjualan (*sales promotion*). Promosi penjualan adalah bentuk persuasi langsung melalui penggunaan berbagai insentif yang dapat diatur untuk merangsang pembelian produk dengan segera dan/atau meningkatkan jumlah barang yang dibeli pelanggan.
- 4) Hubungan Masyarakat (*public relations*). Public Relations merupakan upaya komunikasi menyeluruh dari suatu perusahaan untuk mempengaruhi persepsi, opini, keyakinan, dan sikap berbagai kelompok terhadap perusahaan tersebut.
- 5) Pemasaran Langsung (*direct marketing*). Direct Marketing adalah sistem pemasaran yang bersifat interaktif, yang memanfaatkan satu atau beberapa media iklan untuk menimbulkan respon yang terukur dan atau transaksi disembarang lokasi.

e. Lokasi

Lokasi merupakan tempat kegiatan usaha yang dilakukan oleh suatu perusahaan untuk menjadikan produk dapat diperoleh dan tersedia bagi konsumen sasaran. Ada tiga aspek pokok yang berkaitan dengan keputusan distribusi mengenai lokasi usaha, yakni: sistem transportasi perusahaan, sistem penyimpanan, dan pemilihan saluran distribusi.²⁷

²⁷Sahade dan Chalid Imran Musa, *Manajemen Pemasaran*, (Makassar: Penerbit UIN Alauddin Makassar, 2009), hlm. 24.

3. Pengertian Bank Syariah

Bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah, Unit Usaha Syariah, dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah.²⁸

- a. Bank Umum Syariah (BUS) adalah Bank Syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. BUS dapat berusaha sebagai bank devisa dan bank non devisa. Bank devisa adalah bank yang dapat melaksanakan transaksi keluar negeri atau yang berhubungan dengan mata uang asing secara keseluruhan seperti transfer keluar negeri atau yang berhubungan dengan mata uang asing secara keseluruhan seperti transfer keluar negeri, inkaso keluar negeri, pembukaan *letter of credit*, dan sebagainya.
- b. Unit Usaha Syariah (UUS), 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. UUS berada satu tingkat di bawah direksi bank umum konvensional bersangkutan. UUS dapat berusaha sebagai bank devisa dan bank non devisa.
- c. Bank pembiayaan rakyat syariah (BPRS) adalah Bank Syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalulintas pembayaran. Bentuk hukum BPRS perseroan terbatas. BPRS hanya boleh dimiliki oleh WNI dan badan hukum Indonesia, pemerintah daerah, atau kemitraan antara WNI atau badan hukum Indonesia dengan pemerintah daerah.

²⁸Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2014), cet. ke-4, hlm. 61.

Menurut Ismail dalam buku Ali Zainuddin yang berjudul Hukum Perbankan Syariah, Bank Syariah merupakan bank yang kegiatan usahanya mengacuh pada hukum Islam dan tidak membebaskan bunga maupun membayar bunga kepada nasabah.²⁹

Menurut Schaik dalam buku Khaerul Umam yang berjudul Manajemen Perbankan Syariah, Bank Syariah adalah suatu bentuk dari bank modern yang didasarkan pada hukum Islam yang sah dan dikembangkan pada abad pertama Islam menggunakan konsep berbagi risiko sebagai metode utama, dan meniadakan keuangan yang berdasarkan kepastian serta keuntungan yang ditentukan sebelumnya.³⁰

Bank Syariah memiliki sistem operasional yang berbeda dengan Bank Konvensional. Bank Syariah memberikan layanan bebas bunga kepada nasabahnya. Dalam sistem operasional Bank Syariah, pembayaran dan penarikan bunga dilarang dalam semua bentuk transaksi. Bank syariah tidak mengenal sistem bunga baik yang diperoleh dari nasabah yang meminjam uang atau bunga yang dibayar oleh penyimpan dana di Bank Syariah. Imbalan yang diterima Bank Syariah maupun yang dibayarkan kepada nasabah tergantung dari akad dan perjanjian nasabah dan Bank Syariah sesuai dengan syarat, rukun akad sebagai mana yang diatur dalam syariat Islam. Dasar pemikiran terbentuknya Bank Syariah bersumber dari adanya larangan riba di dalam alquran surah Al-Baqarah ayat 275 sebagai berikut:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ
ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ
مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ - فَأَنْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ
النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

²⁹Ali Zainuddin, *Hukum Perbankan Syariah*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2008), hlm. 21.

³⁰Khaerul Umam, *Manajemen Perbankan Syariah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2013), hlm. 15.

Artinya: “Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya”.³¹

Ayat di atas menegaskan bahwa Allah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba, dan apabila mereka mengambil riba maka mereka termasuk golongan penghuni neraka yang kekal. Hal itu akan menjadi kerugian bagi yang melakukan riba, dengan merasa lelah di dunia dan azab di akhirat dan ia tidak mendapatkan manfaat yang telah ia lakukan (mengambil riba).

Sementara itu sistem operasional perbankan syariah yaitu sejumlah unsur yang terdiri dari beberapa bagian sistem yang menjadi pedoman penyelenggara aktivitas keuangan pada lembaga perbankan syariah. bagian sistem yang di maksud adalah menghimpun dana, menyalurkan dana, dan jasa layanan yang diberikan lainnya. Operasional perbankan syariah sebagai suatu sistem selalu berada dalam tiga bentuk kegiatan tersebut, yakni kegiatan penghimpunan dana (*financing*) sebagai upaya membuat produk dan mengelola dana umat, sehingga dapat diberdayakan kembali untuk kepentingan umat. Sementara itu kegiatan penyaluran dana (*lending*) merupakan kegiatan Bank Syariah yang meluncurkan berbagai produk perbankan dalam bentuk jual beli, pinjam-meminjam, sewa-menyewa, dan sebagainya. Sedangkan kegiatan pelayanan jasa (*servicing*) adalah kegiatan yang diberikan Bank Syariah terhadap nasabah dalam bentuk jual-beli, pinjam-

³¹Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Jakarta: Lajnah Pentashihan Al-Qur'an, 2019), hlm. 62.

meminjam, sewa-menyewa, atau produk-produk jasa layanan lainnya. Secara garis besar dapat dikatakan bahwa Bank Syariah adalah bank yang pengoperasiannya disesuaikan dengan syariat Islam, yaitu mengacu pada alquran dan hadis.

4. Tujuan Bank Syariah

Bank Syariah mempunyai tujuan di antaranya sebagai berikut:³²

- a. Mengarahkan kegiatan ekonomi umat untuk bermuamalat secara Islam. Khususnya muamalat yang berhubungan dengan perbankan, agar terhindar dari praktik-praktik riba atau jenis-jenis usaha atau perdagangan lain yang mengandung unsur *gharar* (tipuan), di mana jenis-jenis usaha tersebut selain dilarang dalam Islam, juga telah menimbulkan dampak negatif terhadap kehidupan ekonomi rakyat.
- b. Untuk menciptakan suatu keadilan di bidang ekonomi dengan jalan meratakan pendapatan melalui kegiatan investasi, agar tidak menjadi kesenjangan yang amat besar antara pemilik modal dengan pihak yang membutuhkan dana.
- c. Untuk meningkatkan kualitas hidup umat dengan jalan membuka peluang berusaha yang lebih besar terutama kelompok miskin, yang diarahkan kepada kegiatan usaha yang produktif, menuju terciptanya kemandirian usaha.
- d. Untuk menanggulangi masalah kemiskinan yang pada umumnya merupakan program utama dari negara-negara yang sedang berkembang. Upaya Bank Syariah dalam mengentaskan kemiskinan ini berupa pembinaan nasabah yang lebih seperti program pembinaan pengusaha produsen. Pembinaan pedagang perantara, program pembinaan konsumen, program pengembangan modal kerja dan program pengembangan usaha bersama.

³²Kementerian Agama Republik Indonesia, *Buku Saku Perbankan Syariah*, 2013, hlm. 44-45.

- e. Untuk menjaga stabilitas ekonomi dan moneter. Dengan aktivitas bank syariah akan mampu menghindari pemanasan ekonomi di akibatkan adanya inflasi, menghindari persaingan yang tidak sehat antara lembaga keuangan.
- f. Untuk menyelamatkan ketergantungan umat Islam terhadap bank non-syariah.

5. Produk Tabungan Bank Syariah

Tabungan merupakan simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek atau bilyet giro ataupun alat lain yang dipersamakan dengan itu (undang-undang republik Indonesia nomor 10 tahun 1998 tentang Perbankan). Pembukaan tabungan masyarakat dapat dilakukan sesuai ketentuan yang berlaku dan dapat dibuka berdasarkan permintaan perorangan, gabungan (lebih dari satu orang) dengan kedudukan yang setara, dan badan. Transaksi tabungan syariah berbeda dengan tabungan biasa karena dana yang ditempatkan diperlakukan sebagai titipan (*wadiah*), dan dapat pula berbagi hasil (*mudharabah*).³³

a. Tabungan Mudharabah

Merupakan penempatan dana dalam bentuk tabungan dengan sistem bagi hasil (*mudharabah*). Bank selaku pengelola dana nasabah (*mudharib*) akan mengelola dana tersebut dan memberikan imbalan sesuai dengan kinerja dan porsi bagi hasil (*nisbah*) yang telah diperjanjikan. Sebagaimana yang terdapat dalam Alquran dan Hadis serta kaidah Fiqh.

1) Alquran

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبُطْلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً
عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

³³Ikatan Bankir Indonesia, *Memahami Bank Syariah*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2014), hlm. 94.

Artinya: “*Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu*” (An-Nisa Ayat 29).³⁴

وَإِنْ كُنْتُمْ عَلَىٰ سَفَرٍ وَلَمْ تَجِدُوا كَاتِبًا فَرِهْنَ مَقْبُوضَةً فَإِنْ أَتَىٰ مِنْ بَعْضِكُمْ
بَعْضًا فَلْيُؤَدِّ الَّذِي أُؤْتِمِنَ أَمْنَتَهُ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ وَلَا تَكْتُمُوا الشَّهَادَةَ وَمَنْ
يَكْتُمْهَا فَإِنَّهُ آثِمٌ قَلْبُهُ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ

Artinya: “*Jika kamu dalam perjalanan (dan bermu'amalah tidak secara tunai) sedang kamu tidak memperoleh seorang penulis, maka hendaklah ada barang tanggungan yang dipegang (oleh yang berpiutang). Akan tetapi jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, maka hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (hutangnya) dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya; dan janganlah kamu (para saksi) menyembunyikan persaksian. Dan barangsiapa yang menyembunyikannya, maka sesungguhnya ia adalah orang yang berdosa hatinya; dan Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan*” (Al-Baqarah Ayat 283).

اللَّهُ لَا إِلَهَ إِلَّا هُوَ الْحَيُّ الْقَيُّومُ

Artinya: “*Allah, tidak ada Tuhan (yang berhak disembah) melainkan Dia. Yang hidup kekal lagi terus menerus mengurus makhluk-Nya*” (Al-Maidah Ayat 1).

2) Hadis

Hadis riwayat Thabrani dari Ibnu Abbas: “*Abbas bin Abdul Muthallib jika menyerahkan harta sebagai mudharabah, ia mensyaratkan kepada mudharib-nya agar tidak mengarungi lautan dan tidak menuruni lembah, serta tidak membeli hewan ternak. Jika persyaratan itu dilanggar,*

³⁴Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Jakarta: Lajnah Pentashihan Al-Qur'an, 2019), hlm. 112.

ia (mudharib) harus menanggung risikonya. Ketika persyaratan yang ditetapkan Abbas itu didengar Rasulullah, beliau membenarkannya".³⁵

Hadis riwayat Ibnu Majah dari Shuhaib: "*Nabi bersabda, 'Ada tiga hal yang mengandung berkah: jual beli tidak secara tunai, muqaradhah (mudharabah), dan mencampur gandum dengan jewawut untuk keperluan rumah tangga, bukan untuk dijual*".

Hadis riwayat Tirmidzi dari Amr bin Auf: "*Perdamaian dapat dilakukan di antara kaum muslimin, kecuali perdamaian yang mengharamkan yang halal atau menghalalkan yang haram dan kaum muslimin terikat dengan syarat-syarat mereka, kecuali syarat yang mengharamkan yang halal atau menghalalkan yang haram*".

3) Kaidah fikih

Pada dasarnya semua bentuk muamalah boleh dilakukan, kecuali ada dalil yang mengharamkan. Berdasarkan fatwa Dewan Syariah Nasional Nomor 02/DSN-MUI/IV/2000 Tanggal 1 April 2000 Tentang Tabungan.³⁶

a) Jenis tabungan

- (1) Tabungan yang tidak dibenarkan secara syariah adalah tabungan yang berdasarkan perhitungan bunga.
- (2) Tabungan yang dibenarkan merupakan tabungan yang berdasarkan prinsip *mudharabah* dan *wadiah*.

³⁵Ikatan Bankir Indonesia, *Memahami Bank Syariah*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2014), hlm. 95.

³⁶Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia, Fatwa Nomor: 02/DSN-MUI/IV/2020 Tentang Tabungan, hlm. 3.

b) Ketentuan umum tabungan *Mudharabah*:

- (1) Dalam transaksi ini nasabah bertindak sebagai *shahibul maal* atau pemilik dana, dan bank bertindak sebagai *mudharib* atau pengelola dana.
- (2) Bank sebagai *mudharib* dapat melakukan berbagai macam usaha yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah dan mengembangkannya, termasuk ber-*mudharabah* dengan pihak lain.
- (3) Modal harus dinyatakan jumlahnya dalam bentuk tunai dan bukan piutang.
- (4) Pembagian keuntungan harus dinyatakan dalam bentuk nisbah dan dituangkan dalam akad pembukaan rekening.
- (5) Bank sebagai *mudharib* menutup biaya operasional tabungan dengan menggunakan nisbah keuntungan yang menjadi haknya.
- (6) Bank tidak diperkenankan mengurangi nisbah keuntungan nasabah tanpa persetujuan yang bersangkutan.

b. Tabungan Wadiah

Merupakan penempatan dana dalam bentuk tabungan dengan prinsip titipan (*wadiah*). Bank boleh memberikan imbalan bersifat bonus, karena tidak diperjanjikan dan bukan suatu kewajiban.

1) Alquran

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبُطْلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجْرَةً
عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang

batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu” (An-Nisa Ayat 29).

2) Alhadis

Hadis riwayat Tirmidzi dari Amr Bin Auf: *“Perdamaian dapat dilakukan di antara kaum muslimin, kecuali perdamaian yang mengharamkan yang halal atau menghalalkan yang haram dan kaum muslimin terikat dengan syarat-syarat mereka, kecuali syarat yang mengharamkan yang halal atau menghalalkan yang haram”*.³⁷

3) Kaidah fikih

Fatwa Dewan Syariah Nasional Nomor 02/DSN-MUI/IV/2000 Tanggal 1 April 2000 Tentang Tabungan.

Ketentuan umum tabungan *Wadiah*:

- a) Bersifat simpanan.
- b) Simpanan bisa diambil kapan saja (*on call*) atau berdasarkan kesepakatan.
- c) Tidak ada imbalan yang di persyaratkan, kecuali dalam bentuk pemberian (*‘athaya*) yang bersifat sukarela dari pihak bank.

³⁷Ikatan Bankir Indonesia, *Memahami Bank Syariah*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2014), hlm. 97.

BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS PENELITIAN

A. Kajian Pustaka

1. Penelitian skripsi yang dilakukan oleh Rismayanti Nasrum (IAIN Palopo) pada tahun 2019 dengan judul “Preferensi Masyarakat Dalam Memilih Bank Konvensional dan Bank Syariah”.³⁸

Penelitian tersebut berlokasi di Kecamatan Belopa Kabupaten Luwu. Jenis Penelitian yang dipakai menggunakan jenis penelitian metode kualitatif. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa, *Pertama*, masyarakat kebanyakan lebih memahami Bank Konvensional dibandingkan Bank Syariah. *Kedua*, aspek ekonomi, sosial, budaya, psikologi dan pekerjaan mempengaruhi preferensi masyarakat untuk menabung. *Ketiga*, perbedaan pelayanan antara Bank Syariah dan Bank Konvensional.

Persamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti terletak pada mencari alasan dari preferensi (kecenderungan) nasabah dalam menabung. Sedangkan perbedaannya terdapat pada metode penelitian, objek dan lokasi penelitian dilakukan.

2. Penelitian skripsi yang dilakukan oleh Gina Anggreini (Universitas Muhammadiyah Makassar) pada tahun 2019 dengan judul “Analisis Persepsi Mahasiswa Terhadap Minat Menabung Di Perbankan Syariah”.³⁹

Penelitian tersebut mengambil studi kasus pada mahasiswa FEB Unismuh Angkatan 2016. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Hasil dari penelitian tersebut

³⁸Rismayanti Nasrum, “Preferensi Masyarakat Dalam Memilih Bank Konvensional dan Bank Syariah Di Kecamatan Belopa Kabupaten Luwu”, (*Skripsi*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo, Palopo, 2019).

³⁹Gina Anggreini S, “Analisis Persepsi Mahasiswa Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Unismuh Angkatan 2016)”, (*Skripsi*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar, Makassar, 2019).

menunjukkan bahwa persepsi sangat berpengaruh signifikan terhadap minat menabung mahasiswa.

Persamaan penelitian Gina dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdapat pada metode penelitian, obyek yang diteliti, yaitu mahasiswa pada fakultas yang sama dari universitas yang berbeda, Gina mengambil sampel penelitian pada angkatan 2016, sedangkan peneliti mengambil Mahasiswa secara keseluruhan yang memiliki rekening tabungan pada Bank Syariah pada angkatan 2017 sampai 2021. Perbedaan lebih lanjut penelitian Gina dan peneliti terdapat pada lokasi penelitian dilakukan yakni mahasiswa di Universitas yang berbeda.

3. Penelitian skripsi yang dilakukan oleh Uniyanti (UIN Alauddin Makassar) pada tahun 2018 dengan judul “Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menabung Di Bank Syariah”.⁴⁰

Penelitian tersebut mengambil studi kasus pada mahasiswa fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa variabel religiositas, pendapatan, informasi produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung nasabah pada Bank Syariah.

Persamaan penelitian yang dilakukan Uniyanti dengan peneliti terletak pada objek dan metode penelitian, sedangkan perbedaan terletak pada variabel penelitian.

4. Penelitian Jurnal yang dilakukan oleh Imam Mu’aziz, Ikhwan Hamdani dan Ahmad Mulyadi Khosim, dengan judul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Nasabah Menabung

⁴⁰Uniyanti, “Faktor-Faktor Nasabah Memilih Menabung Di Bank Syariah (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar)”, (*Skripsi*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar, Makassar, 2018).

Di BPRS Amanah Ummah”. *Al-Infaq: Jurnal Ekonomi Islam*, Volume 8, Nomor 2, Desember 2017.⁴¹

Dalam jurnal penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi menabung di BPRS Amanah Ummah, dan faktor apa yang paling dominan. Adapun sumber data yang digunakan dalam jurnal penelitian tersebut yaitu sumber data primer dengan jumlah responden 100 nasabah yang ditetapkan menggunakan metode *purposive sampling*.

Adapun hasil dari penelitian tersebut yaitu ditemukan adanya faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi menabung nasabah seperti pelayanan, promosi, keuntungan, lokasi, sosial dan fasilitas. Sedangkan faktor yang paling dominan mempengaruhi adalah faktor pelayanan yang prima diberikan oleh BPRS Amanah Ummah kepada nasabah.

Pada jurnal penelitian tersebut peneliti menemukan adanya perbedaan, yang menjadi responden dalam penelitian Imam Mu’aziz dkk adalah nasabah secara acak, bukan pada spesifikasi dan kriteria nasabah, sedangkan peneliti memberi spesifikasi nasabah berupa Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Mataram. Sedangkan persamaan terletak pada maksud dari penelitian dan metode yang digunakan.

5. Penelitian Jurnal yang dilakukan oleh Marliah Maulina dan Ismaulina dengan judul “Analisis Faktor-Faktor Preferensi Mahasiswa Menabung Di Perbankan Syariah”, *AL-TIJARAH: Jurnal Penelitian Keuangan dan Perbankan Syariah*, Volume 3, Nomor 1, Desember 2018.⁴²

Jurnal penelitian tersebut bertujuan untuk menentukan faktor preferensi nasabah yang berhubungan dan atau menabung di

⁴¹Imam Mu’aziz, Ikhwan Hamdani, dan Ahmad Mulyadi Kosim, “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nasabah Memilih Menabung Di BPRS Amanah Ummah”, *AL-INFAQ: Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. 8, Nomor 2, Desember 2017.

⁴²Marliah Maulina dan Ismaulina, “Analisis Faktor-Faktor Mahasiswa Menabung Di Perbankan Syariah”, *AL-TIJARAH: Jurnal Penelitian Keuangan dan Perbankan Syariah*, Vol. 3, Nomor 1, Desember 2018.

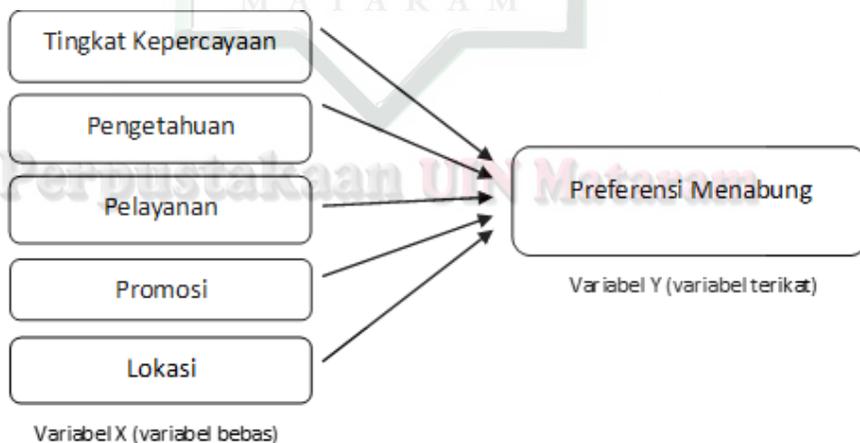
perbankan Islam atau Syariah, dengan teknik pengumpulan data menggunakan metode *purposive sampling*.

Adapun hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan tidak memiliki pengaruh terhadap preferensi menabung, sedangkan faktor pengetahuan dan pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap tingkat preferensi menabung mahasiswa.

Dalam jurnal penelitian tersebut peneliti melihat adanya perbedaan, meski objek nasabah yang diteliti memiliki kesamaan yakni mahasiswa, namun dalam penelitian tersebut mengambil responden hanya mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah yang menabung di Bank Syariah, tidak secara keseluruhan mahasiswa di Fakultas tersebut. Sedangkan peneliti mengambil responden mahasiswa seluruh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang sudah memiliki tabungan pada Bank Syariah dari angkatan 2017 sampai 2021.

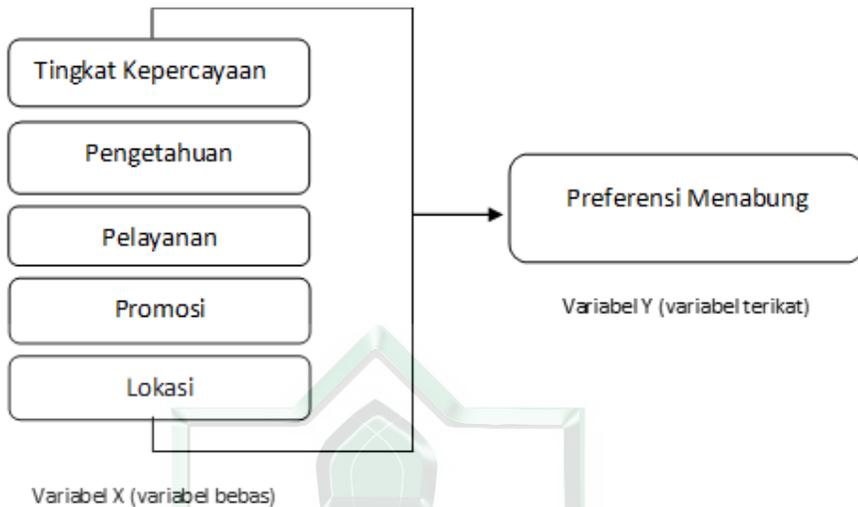
B. Kerangka Berpikir

1. Karangka Parsial



Gambar 2.1
Kerangka Uji Parsial

2. Kerangka Simultan



Gambar 2.2
Kerangka Uji Simultan

Berdasarkan kerangka berpikir di atas terdapat dua variabel yang terdiri dari variabel X sebagai variabel independen (variabel bebas), terdiri dari X_1 = Tingkat Kepercayaan, X_2 = Pengetahuan, X_3 = Pelayanan, X_4 = Promosi, dan X_5 = Lokasi, sedangkan variabel Y sebagai variabel dependen (variabel terikat), yaitu preferensi menabung.

C. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah jawaban yang bersifat sementara terhadap permasalahan penelitian. Dengan kata lain, hipotesis merupakan jawaban sementara yang hendak diuji kebenarannya melalui riset. Sedangkan kebenaran dari hipotesis perlu diuji terlebih dahulu melalui analisis data.⁴³ Hipotesis dalam penelitian ini adalah.

- H₁: Tingkat kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap preferensi menabung mahasiswa pada Bank Syariah
- H₂: Pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap preferensi menabung mahasiswa pada Bank Syariah

⁴³Seliyanto, *Motode Riset Bisnis*, (Yogyakarta: Cv. Andi Offset, 2009), hlm. 53.

- H3 : Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap preferensi menabung mahasiswa pada Bank Syariah
- H4 : Promosi berpengaruh signifikan terhadap preferensi menabung mahasiswa pada Bank Syariah
- H5 : Lokasi berpengaruh signifikan terhadap preferensi menabung mahasiswa pada Bank Syariah
- H6 : Terdapat pengaruh yang signifikan antara masing-masing variabel tingkat kepercayaan, pengetahuan, pelayanan, promosi dan lokasi terhadap preferensi menabung mahasiswa pada Bank Syariah.



Perpustakaan UIN Mataram

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.⁴⁴

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi dalam penelitian ini yaitu mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, terdiri dari Jurusan Perbankan Syariah, Jurusan Ekonomi Syariah, dan Jurusan Pariwisata Syariah angkatan tahun 2017 sampai 2021 dengan jumlah secara keseluruhan yang masih aktif melakukan perkuliahan, yakni sebanyak 2.122.⁴⁵

2. Sampel

Sampel merupakan sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Adapun teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *purposive sampling*. Teknik *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan dan karakteristik tertentu.⁴⁶ Alasan menggunakan teknik *purposive sampling* karna lebih ideal dengan penelitian ini, lebih spesifik dan dapat menjawab pertanyaan peneliti. Kriteria sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Mataram yang memiliki

⁴⁴*Ibid.*, hlm. 8.

⁴⁵Data diperoleh dari Kasubbag Umum Akademik FEBI UIN Mataram, 31 Januari 2022 Pukul 12.00 WITA.

⁴⁶Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2017), hlm. 39.

rekening tabungan Bank Syariah. Penentuan jumlah sampel menggunakan perhitungan rumus *slovin*, hal ini dikarenakan jumlah populasi (Mahasiswa FEBI) yang memiliki rekening tabungan pada Bank Syariah tidak diketahui (*unidentified*). Dengan perhitungan sebagai berikut:

Diketahui:

n = Jumlah sampel

N = 2.122

e = Tingkat kesalahan yang ditolerir (10%)

Maka:

$$n = \frac{N}{N \times e^2}$$
$$n = \frac{2.122}{1 + (2.122 \times 0,1^2)}$$
$$n = 95,4$$

Berdasarkan formula di atas maka menghasilkan sampel sebanyak 95 orang yang kemudian digunakan sebagai responden dalam penelitian ini.

C. Waktu dan Tempat Penelitian

1. Waktu Penelitian

Waktu penelitian merupakan waktu yang digunakan selama penelitian berlangsung terhitung mulai dari pelaksanaan observasi sampai pelaporan. Pelaksanaan penelitian di mulai pada bulan Januari sampai tahap pelaporan bulan Mei 2022.

2. Tempat penelitian

Adapun tempat pelaksanaan penelitian ini yaitu Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Mataram.

D. Variabel Penelitian

1. Variabel Independen (Variabel Bebas)

Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan timbulnya variabel dependen (terikat).⁴⁷ Adapun yang menjadi variabel independen dalam penelitian ini yaitu tingkat kepercayaan, pengetahuan, pelayanan, promosi, dan lokasi Bank Syariah.

2. Variabel Dependen (Variabel Terikat)

Variabel terikat merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.⁴⁸ Adapun yang menjadi variabel bebas dalam penelitian adalah preferensi yang mempengaruhi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menabung pada Bank Syariah.

E. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan suatu alat yang dapat digunakan untuk memperoleh, mengelola dan menginterpretasikan informasi yang diperoleh dari responden yang dilakukan dengan menggunakan pola ukur yang sama.⁴⁹ Alat bantu yang digunakan dalam penelitian ini berupa angket (kuesioner).

Angket atau kuesioner merupakan daftar-daftar pertanyaan atau pernyataan yang diberikan oleh peneliti dalam bentuk tulisan kepada responden yang bersedia menjawab atau merespons pertanyaan yang diberikan oleh peneliti sesuai yang dibutuhkan.⁵⁰ Tujuan pembuatan kuesioner yaitu untuk memperoleh informasi yang relevan dan sesuai dengan survei guna memperoleh validitas dan reliabilitas seakurat

⁴⁷Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2017), hlm. 39.

⁴⁸*Ibid.*

⁴⁹Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*, (Jakarta: Kencana, 2017), hlm. 46.

⁵⁰Suryani & Hendryani, *Metode Riset Kuantitatif*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2018), hlm. 173.

mungkin, dan tentunya pertanyaan yang diajukan sesuai dengan hipotesis dan tujuan penelitian.

F. Prosedur Penelitian

Prosedur penelitian merupakan langkah-langkah yang dipakai untuk mengumpulkan dan menganalisis data agar dapat dilaksanakan secara sistematis, ekonomis serta sesuai dengan tujuan penelitian. Adapun prosedur penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Identifikasi atau pengenalan masalah
2. Gambaran kerangka penelitian
3. Identifikasi variabel dan hipotesis penelitian
4. Penentuan populasi dan sampel penelitian
5. Analisis data penelitian
6. Kesimpulan dari hasil penelitian

G. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Jenis data dalam penelitian ini dapat dibagi menjadi dua, yakni:⁵¹

- a. Data Kualitatif

Data Kualitatif adalah pemahaman yang berdasarkan pada metodologi yang menyelidiki suatu fenomena sosial dan masalah manusia. Pada pendekatan ini, peneliti menekankan sifat realitas yang terbangun secara sosial, hubungan erat antara peneliti dan subjek yang diteliti.

⁵¹Sarwono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006), hlm. 209.

b. Data Kuantitatif

Data kuantitatif adalah data yang banyak menuntut penggunaan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut, serta penampilan dari hasilnya. Demikian pula tahap penelitian kesimpulan akan lebih baik, jika disertai dengan gambar, tabel, atau tampilan lainnya.

2. Sumber Data

- a. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumbernya atau objek penelitian. Data primer dalam penelitian ini adalah jawaban responden atas pernyataan-pernyataan dari kuesioner yang disebar.⁵²
- b. Data sekunder adalah data yang sudah diterbitkan atau digunakan oleh pihak lain. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari literatur, jurnal atau data yang berhubungan dengan tujuan penelitian.⁵³

H. Teknik Pengumpulan Data

Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini yaitu:

1. Studi Pustaka

Mengumpulkan dan mempelajari data-data atau bahan-bahan dari berbagai daftar keseluruhan yang ada. Dengan cara membaca, mempelajari, mencatat, dan merangkum teori-teori yang berkaitan dengan masalah pokok pembahasan melalui buku-buku, skripsi terdahulu, jurnal, berita, laporan keuangan dan lainnya yang berhubungan dengan penelitian ini.

⁵²Suharyadi Purwanto, *Statistik Untuk Keuangan Ekonomi Dan Modern*, (Jakarta: Salemba Empat, 2007), hlm. 10.

⁵³*Ibid.*

2. Kuesioner

Kuesioner adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya atau hal-hal yang ia ketahui.⁵⁴ Pengukuran yang digunakan dengan metode *Multiple Choice*, tipe likert yaitu menggunakan skala untuk setiap alternatif jawaban yang diberikan responden pada kuesioner dengan skala 1 sampai 5, skala tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1
Skala Likert

Alternarif Jawaban	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

I. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah untuk menguji kaitannya dengan hipotesis yang telah peneliti rumuskan. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, melakukan tabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap rumusan masalah dan

⁵⁴Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), hlm. 151.

melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.⁵⁵ Adapun analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

1. Uji Instrumen Penelitian

a. Uji validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui seberapa cermat suatu item dalam mengukur kevalidan kuesioner.⁵⁶ Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan korelasi *pearson product moment* dengan ketentuannya apabila nilai signifikansi < 0,05 berarti pernyataan tersebut valid. Rumusnya:

$$r_{xy} = \frac{n\sum xy - (\sum x^2)(\sum y^2)}{\sqrt{\{n\sum x^2 - (\sum x)^2\}} \sqrt{\{\sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Dimana:

- r_{xy} = Koefisien korelasi (rhitung)
- $\sum x$ = Skor jawaban responden
- $\sum y$ = Skor total jawaban responden
- $\sum xy$ = Hasil kali skor butir dengan skor total
- n = Jumlah responden

b. Uji reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur pada kuesioner jika pengukuran tersebut diulang kembali.⁵⁷ Metode yang digunakan untuk menguji reliabilitas dalam penelitian ini dengan mengukur skala rentang (Skala likert) yaitu nilai *Cronbach Alpha* (α), dengan ketentuan, jika nilai $\alpha > 0,60$ maka instrumen tersebut reliabel. Rumusnya:

⁵⁵Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2017), hlm. 209.

⁵⁶Duwi Priyatno, *Panduan Praktis Olah Data Menggunakan SPSS*, (Yogyakarta: Andi, 2017), hlm. 63.

⁵⁷*Ibid.*, hlm. 79.

$$a = \frac{k \cdot r}{1 + (k - 1)r}$$

Dimana:

a = Koefisien reliabilitas

r = Korelasi antar item

k = Jumlah item

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal.⁵⁸ Rumus yang digunakan dalam uji normalitas ini adalah rumus *Kolmogorov Smirnov* dengan ketentuan data terdistribusi normal jika signifikansi $> 0,05$ dan data tidak terdistribusi normal, jika signifikansi $< 0,05$.

b. Uji multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen.⁵⁹ Model regresi yang baik sebenarnya tidak terjadi korelasi antara variabel independen. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *variance inflation factor* (VIF) dan *tolerance*. Suatu model regresi yang bebas multikolinearitas adalah yang mempunyai nilai VIF < 10 dan angka *tolerance* $> 0,1$. Jika nilai VIF > 10 dan nilai *tolerance* $< 0,1$, maka terjadi gejala multikolinearitas.

c. Uji heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari

⁵⁸Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2018), hlm. 161.

⁵⁹*Ibid.*, hlm. 107.

residual suatu pengamatan ke pengamatan lain.⁶⁰ Apabila varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan apabila berbeda disebut heteroskedastisitas. Model yang baik adalah model yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk menguji ada atau tidaknya heteroskedastisitas digunakan uji *Glejser*, yaitu meregresi nilai absolut residual terhadap variabel independen. Tidak terjadi heteroskedastisitas apabila nilai signifikansinya $> 0,05$. Sebaliknya, terjadi heteroskedastisitas apabila nilai signifikansinya $< 0,05$.

3. Analisis Regresi Linear Berganda

Teknik analisis regresi linear berganda merupakan teknik analisis data yang berfungsi untuk menganalisis seberapa besar pengaruh antara beberapa variabel bebas dan variabel terikat.⁶¹ Bentuk umum persamaan regresi linear berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

Dimana:

Y = Preferensi Menabung X_1 = Tingkat kepercayaan

b_0 = Konstanta X_2 = Pengetahuan

b_1 = Koefisien regresi dari X_1 X_3 = Pelayanan

b_2 = Koefisien regresi dari X_2 X_4 = Promosi

b_3 = Koefisien regresi dari X_3 X_5 = Lokasi

b_4 = Koefisien regresi dari X_4

b_5 = Koefisien regresi dari X_5

⁶⁰*Ibid.*, hlm. 137.

⁶¹*Ibid.*, hlm. 95.

a. Uji Hipotesis

1) Uji T

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat.⁶² Jika nilai $\text{sig} > 0,05$ atau $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ berarti H_0 diterima dan H_a ditolak. Dan jika nilai $\text{sig} < 0,05$ atau $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ berarti H_0 ditolak dan H_a diterima.

2) Uji F

Uji F dilakukan dengan tujuan untuk menunjukkan semua variabel bebas dimasukkan dalam model yang memiliki pengaruh secara Bersama terhadap variabel terikat.⁶³ Derajat kepercayaan yang digunakan adalah 0,05.

b. Uji determinasi (R^2)

Uji determinasi R^2 bertujuan untuk mengetahui berapa besar persentase pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Jika R^2 semakin besar (mendekati satu), maka dapat dikatakan bahwa kemampuan menjelaskan variabel bebas (X_1, X_2, X_3, X_4 dan X_5) adalah besar terhadap variabel-variabel terikat (Y). hal ini berarti model yang digunakan semakin kuat untuk menerangkan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Sebaliknya jika R^2 semakin kecil (mendekati nol) maka dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel bebas (X_1, X_2, X_3, X_4 dan X_5) terhadap variabel terikat (Y) semakin kecil. Hal ini berarti model yang digunakan tidak kuat untuk menerangkan pengaruh variabel bebas yang diteliti terhadap variabel terikat.

⁶²*Ibid.*, hlm. 98.

⁶³*Ibid.*

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambar Umum Objek Penelitian

a. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Mataram

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) UIN Mataram adalah salah satu Fakultas yang ada dibawah naungan UIN Mataram. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dipimpin oleh Dekan, dan dibantu oleh tiga Wakil Dekan dengan wilayah kerja yang berbeda. Wakil Dekan I mewadahi kegiatan dibidang akademik, Wakil Dekan II membawahi kegiatan bidang administrasi umum, perencanaan, dan keuangan, dan Wakil Dekan III bidang kemahasiswaan dan kerjasama.⁶⁴

FEBI UIN Mataram juga didukung oleh tenaga kependidikan (administrasi) yang meliputi Kepala Bagian Tata Usaha, dan dibantu oleh dua sub-bagian, yaitu Kepala Sub-Bagian Akademik dan Kemahasiswaan dan Kepala Sub-Bagian Umum dan Keuangan. Pada tingkat Program Studi, pengelolaan dipimpin oleh ketua Program Studi dan seorang sekretaris. Dekan dan Wakil Dekan diangkat oleh Rektor melalui proses pendaftaran dan seleksi. Proses penetapan dilakukan berdasarkan syarat-syarat yang harus dipenuhi sebagaimana yang tertuang dalam STATUTA UIN Mataram. Sedangkan pengangkatan Kabag TU, Kasubag Akademik dan Kemahasiswaan, dan Kasubag Umum dan Keuangan dilakukan oleh Rektor setelah mereka memenuhi syarat-syarat tertentu juga. Ketua Program Studi dan Sekretarisnya diangkat oleh

⁶⁴Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, *Rencana Strategis, Tugas Pokok, dan Fungsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Mataram*, (Mataram: Penerbit FEBI UIN Mataram, 2018). hlm. 7.

Rektor melalui proses pengusulan dari Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.⁶⁵

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam memiliki tiga program studi, yaitu: Ekonomi Syariah, Perbankan Syariah, dan Pariwisata Syariah. Penjaminan mutu akademik dilingkup Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam masih berpusat pada Lembaga Penjamin Mutu (LPM) UIN Mataram, sesuai standar mutu dan layanan akademik yang ada. Namun demikian, masih memerlukan penataan yang lebih baik. Untuk dibutuhkan desain rancangan perencanaan strategis agar meningkatkan kualitas mutu akademik dan layanan yang ada di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Mataram.

b. Latak Geografis

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Mataram berlokasi di Jalan Gajah Mada Pagesangan, Nomor 100, Jempong Baru, Kecamatan Sekarbela Kota Mataram Provinsi Nusa Tenggara Barat.

c. Visi dan Misi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Mataram

Visi dan misi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Mataram adalah:⁶⁶

1) Visi

Visi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Mataram adalah Unggul dalam Tata Kelola untuk Penguatan Ekonomi dan Bisnis secara Integratif pada Tahun 2022.

⁶⁵*Ibid.*, hlm. 8-9.

⁶⁶Kasubag Akademik dan Kemahasiswaan FEBI UIN Mataram, Mataram, 12 April 2022.

- 2) Misi
 - a) Menyelenggarakan pendidikan dan pengajaran dalam bidang ilmu ekonomi berbasis keislaman yang terintegrasi dengan perkembangan ekonomi dan bisnis
 - b) Mengembangkan penelitian dalam bidang ilmu ekonomi dan bisnis
 - c) Menyelenggarakan pengabdian masyarakat di bidang ekonomi dan bisnis Islam
 - d) Membangun *network* dengan berbagai pihak dalam pengembangan sosial-ekonomi masyarakat
- d. Tujuan dan Sasaran Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Mataram

Tujuan dan sasaran Fakultas Ekonomi dan Bisnis dan Islam UIN Mataram adalah:⁶⁷

- 1) Tujuan
 - a) Menghasilkan sarjana yang bertakwa dan memiliki kompetensi di bidang ekonomi, perbankan, dan pariwisata syariah yang terintegrasi dengan sains, sosial, dan teknologi
 - b) Menghasilkan penelitian yang berkualitas dan kompetitif dalam bidang ekonomi, perbankan, dan pariwisata syariah
 - c) Mengembangkan pengabdian masyarakat dalam bidang ekonomi dan bisnis Islam secara kolaboratif dengan berbagai pihak

⁶⁷Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, *Rencana Strategis, Tugas Pokok, dan Fungsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Mataram*, (Mataram: Penerbit FEBI UIN Mataram, 2018), hlm. 36-37.

d) Mengembangkan kerja sama dengan institusi nasional untuk meningkatkan peran aktif dalam pengembangan sosial-ekonomi masyarakat

2) Sasaran

a) Terselenggaranya pendidikan dan pengajaran ekonomi dan bisnis Islam yang bereputasi nasional

b) Meningkatnya kualitas SDM dosen, tenaga kependidikan, dan mahasiswa

c) Berkembangnya riset bidang ekonomi dan bisnis Islam yang unggul

d) Meningkatnya peran dalam pengabdian masyarakat dengan berkolaborasi dengan stakeholder

e) Terbangunnya sistem tata kelola fakultas yang efektif, efisien, dan akuntabel

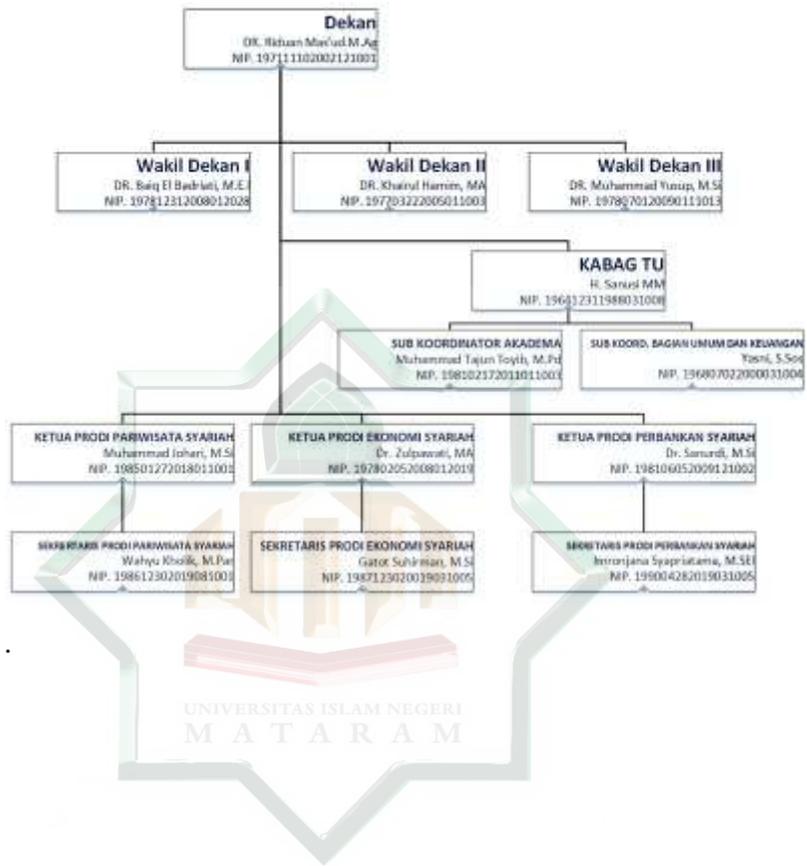
f) Meningkatnya sarana dan infrastruktur fakultas yang memadai

g) Meningkatnya citra fakultas di hadapan publik

h) Terbangunnya networking dengan mitra-mitra strategis di dalam dan luar negeri.

Perpustakaan UIN Mataram

e. Struktur Organisasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Mataram



Perpustakaan UIN Mataram

Gambar 4.1
Struktur Organisasi FEBI UIN Mataram

2. Deskripsi Data Responden

Berdasarkan data yang terkumpul, selanjutnya dilakukan analisis data yang didasarkan hasil perhitungan kuantitatif yang berguna untuk pembahasan permasalahan penelitian dan juga untuk mengungkap kecenderungan responden sehubungan dengan pengaruh tingkat kepercayaan, pengetahuan, pelayanan, promosi dan lokasi terhadap referensi menabung.

Berdasarkan penyebaran angket melalui *google form* dengan target sebanyak 95 orang mahasiswa dengan jumlah responden memenuhi target. Selanjutnya dari data tersebut diberikan informasi tentang karakteristik atau identitas responden yang menyangkut nama, jurusan, semester, angkatan, jenis kelamin, rekening tabungan Bank Syariah dan berapa lama menjadi nasabah Bank Syariah. Hal ini dilakukan dengan harapan bahwa informasi ini dapat menjadi masukan bagi Bank Syariah agar bisa mengoptimalkan kinerja dan kualitas yang lebih baik untuk nasabah tabungan.

Tabel 4.1
Data Responden Berdasarkan Jurusan

Jurusan	Jumlah	Persentase
Perbankan Syariah	43	45,3%
Ekonomi Syariah	32	33,7%
Pariwisata Syariah	20	21,1%
Total	95	100,0%

Sumber: Data primer diolah, 2022

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.1 dapat diketahui responden berdasarkan jurusan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Mataram yakni perbankan syariah sebanyak 43 orang mahasiswa dengan persentase sebesar 45,3%, ekonomi syariah sebanyak 32 orang mahasiswa dengan persentase sebesar 33,7% dan pariwisata syariah sebanyak 20 orang mahasiswa dengan persentase sebesar 21,1%.

Tabel 4.2
Data Responden Berdasarkan Semester/Angkatan

Semester / Angkatan	Jumlah	Persentase
10 / 2017	17	17,9%
8 / 2018	48	50,5%
6 / 2019	12	12,6%
4 / 2020	10	10,5%
2 / 2021	8	8,4%
Total	95	100,0%

Sumber: Data Primer diolah, 2022

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.2 dapat diketahui responden berdasarkan semester dan angkatan kuliah, yaitu semester 10 angkatan 2017 berjumlah 17 orang mahasiswa dengan persentase sebesar 17,9%, semester 8 angkatan 2018 sebanyak 48 orang dengan persentase sebesar 50,5%, semester 6 angkatan 2019 sebanyak 12 orang dengan persentase 12,6%, semester 4 angkatan 2020 sebanyak 10 orang dengan persentase sebesar 8,4%, semester 2 angkatan 2021 sebanyak 8 orang dengan persentase 8,4%.

Tabel 4.2
Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-Laki	31	32,6%
Perempuan	64	67,4%
Total	95	100,0%

Sumber: Data Primer diolah, 2022

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.3 diketahui responden berdasarkan jenis kelamin yakni laki-laki sebanyak 31 orang mahasiswa dengan persentase 32,6%, sedangkan perempuan yaitu sebanyak 64 orang mahasiswa dengan persentase sebesar 67,4%.

Tabel 4.3
Data Responden Berdasarkan Rekening Tabungan Bank Syariah

Rekening Tabungan Bank Syariah	Jumlah	Persentase
Bank Syariah Indonesia	68	71,6%
Bank NTB Syariah	21	22,1%
Bank BCA Syariah	6	6,3%
Total	95	100,0%

Sumber: Data Primer diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.4 diketahui responden berdasarkan rekening tabungan Bank Syariah yaitu Bank Syariah Indonesia berjumlah 68 orang mahasiswa dengan persentase sebesar 71,6%, Bank NTB Syariah sebanyak 21 orang dengan persentase 22,1%, Bank BCA Syariah berjumlah 6 orang dengan persentase sebesar 6,3%.

Tabel 4.4
Data Lama Menabung Responden

Lama Menabung	Jumlah	Persentase
Kurang dari 1 Tahun	32	33,7%
1 Tahun	18	18,9%
1-3 Tahun	33	34,7%
Lebih dari 3 Tahun	12	12,6%
Total	95	100,0%

Sumber: Data Primer diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.5 dapat diketahui lama menabung responden pada Bank Syariah yaitu kurang dari satu tahun sejumlah 32 orang dengan persentase sebesar 33,9%, waktu satu tahun berjumlah 18 orang dengan persentase sebesar 18,9%, untuk satu sampai tiga tahun sebanyak 33 orang dengan persentase 34,7%, lebih dari tiga tahun sebanyak 12 orang dengan persentase sebesar 12,6%.

3. Hasil Uji Instrumen Penelitian

a. Uji validitas

Uji Validitas adalah uji yang digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner pada standar yang telah ditetapkan. Cara membuat keputusannya adalah dengan membandingkan r_{hitung} dan r_{tabel} . Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka kuesioner dinyatakan valid, jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka kuesioner dinyatakan tidak valid, untuk menentukan nilai r_{tabel} adalah $df = N - 2 = 93$ maka nilai $r_{tabel} = 0,2017$. Untuk mempermudah dalam menentukan item valid atau tidak nya maka dilihat pada nilai signifikansi, jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka item kuesioner dinyatakan valid, tapi jika $> 0,05$ maka item kuesioner dinyatakan tidak valid.

1) Variabel tingkat kepercayaan

Tabel 4.5
Hasil Uji Validitas Variabel Tingkat Kepercayaan

No Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Sig.	Kriteria
Tingkat Kepercayaan (X1)				
X1.1	0,909	0,2017	0,000	VALID
X1.2	0,832	0,2017	0,000	VALID
X1.3	0,887	0,2017	0,000	VALID
X1.4	0,842	0,2017	0,000	VALID
X1.5	0,784	0,2017	0,000	VALID

Sumber: Data Primer diolah, 2022

Berdasarkan hasil uji validitas pada variabel tingkat kepercayaan (X1) diketahui pada butir soal nomor satu (X1.1) sampai dengan soal nomor lima (X1.5) menunjukkan nilai $r_{hitung} > r_{table}$, dengan signifikansi $0,000 < 0,05$ artinya kuesioner pada variabel tingkat kepercayaan dinyatakan valid.

2) Variabel pengetahuan

Tabel 4.6
Hasil Uji Validitas Variabel Pengetahuan

No Item	rhitung	r _{tabel}	Sig.	Kriteria
Pengetahuan (X2)				
X2.1	0,724	0,2017	0,000	VALID
X2.2	0,878	0,2017	0,000	VALID
X3.3	0,814	0,2017	0,000	VALID
X4.4	0,892	0,2017	0,000	VALID
X5.5	0,897	0,2017	0,000	VALID
X6.6	0,891	0,2017	0,000	VALID

Sumber: Data Primer diolah, 2022

Berdasarkan hasil uji validitas pada variabel pengetahuan (X2) diketahui pada butir soal nomor satu (X1.1) sampai dengan soal nomor enam (X1.6) menunjukkan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, dengan signifikansi $0,000 < 0,05$ artinya kuesioner pada variabel pengetahuan dinyatakan valid.

3) Variabel pelayanan

Tabel 4.7
Hasil Uji Validitas Variabel Pelayanan

No Item	rhitung	r _{tabel}	Sig.	Kriteria
Pelayanan (X3)				
X3.1	0,730	0,2017	0,000	VALID
X3.2	0,822	0,2017	0,000	VALID
X3.3	0,806	0,2017	0,000	VALID
X3.4	0,808	0,2017	0,000	VALID
X3.5	0,746	0,2017	0,000	VALID
X3.6	0,761	0,2017	0,000	VALID

Sumber: Data Primer diolah, 2022

Berdasarkan hasil uji validitas pada variabel pelayanan (X3) diketahui pada butir soal nomor satu (X1.1) sampai dengan soal nomor enam (X1.6) menunjukkan nilai

$r_{hitung} > r_{tabel}$, dengan signifikansi $0,000 < 0,05$ artinya kuesioner pada variabel pelayanan dinyatakan valid.

4) Variabel promosi

Tabel 4.8
Hasil Uji Validitas Variabel Promosi

No Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Sig.	Kriteria
Promosi (X4)				
X4.1	0,664	0,2017	0,000	VALID
X4.2	0,824	0,2017	0,000	VALID
X4.3	0,812	0,2017	0,000	VALID
X4.4	0,855	0,2017	0,000	VALID
X4.5	0,848	0,2017	0,000	VALID
X4.6	0,858	0,2017	0,000	VALID

Sumber: Data Primer diolah, 2022

Berdasarkan hasil uji validitas pada variabel promosi (X4) diketahui pada butir soal nomor satu (X1.1) sampai dengan soal nomor enam (X1.6) menunjukkan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, dengan signifikansi $0,000 < 0,05$ artinya kuesioner pada variabel promosi dinyatakan valid.

5) Variabel lokasi

Tabel 4.9
Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi

No Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Sig.	Kriteria
Lokasi (X5)				
X5.1	0,877	0,2017	0,000	VALID
X5.2	0,897	0,2017	0,000	VALID
X5.3	0,890	0,2017	0,000	VALID
X5.4	0,893	0,2017	0,000	VALID
X5.5	0,816	0,2017	0,000	VALID

Sumber: Data Primer diolah, 2022

Berdasarkan hasil uji validitas pada variabel lokasi (X5) diketahui pada butir soal nomor satu (X1.1) sampai

dengan soal nomor lima (X1.5) menunjukkan nilai $r_{hitung} > r_{table}$, dengan signifikansi $0,000 < 0,05$ artinya kuesioner pada variabel lokasi dinyatakan valid.

6) Variabel preferensi menabung

Tabel 4.10
Hasil Uji Validitas Variabel Preferensi Menabung

No Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Sig.	Kriteria
Preferensi Menabung (Y)				
Y1	0,890	0,2017	0,000	VALID
Y2	0,889	0,2017	0,000	VALID
Y3	0,891	0,2017	0,000	VALID
Y4	0,813	0,2017	0,000	VALID
Y5	0,910	0,2017	0,000	VALID
Y6	0,915	0,2017	0,000	VALID

Sumber: Data Primer diolah, 2022

Berdasarkan hasil uji validitas pada variabel preferensi menabung (Y) diketahui pada butir soal nomor satu (Y1) sampai dengan soal nomor enam (Y6) menunjukkan nilai $r_{hitung} > r_{table}$, dengan signifikansi $0,000 < 0,05$ artinya kuesioner pada variabel preferensi menabung dinyatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas merupakan kelanjutan dari uji validitas, dimana item yang masuk pengujian adalah item kuesioner yang valid saja. Hasil analisis yang digunakan untuk menganalisis reliabilitas instrumen, yaitu menggunakan teknik *Cronbach Alpha*. Untuk menentukan apakah instrumen reliabel atau tidak, dengan menggunakan batasan 0,6. Hasil uji reliabilitas yang diperoleh dan diinterpretasikan sebagai berikut:

1) Variabel tingkat kepercayaan

Tabel 4.11
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Tingkat Kepercayaan

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	95	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	95	100,0

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

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,781	5

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	16,1053	4,329	,727	,680
X1.2	16,1053	4,882	,569	,737
X1.3	16,1158	4,848	,503	,759
X1.4	16,1684	4,759	,494	,764
X1.5	16,1789	5,212	,508	,756

Sumber: Data Primer diolah, 2022

Berdasarkan hasil analisis uji reliabilitas diketahui variabel tingkat kepercayaan mempunyai nilai *Cronbach Alpha* 0,781 yang artinya > dari 0,60 sehingga instrumen penelitian dinyatakan reliabel.

2) Variabel pengetahuan

Tabel 4.12
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Pengetahuan

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	95	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	95	100,0

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

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,844	6

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	21,0526	7,710	,525	,836
X2.2	21,0947	7,512	,531	,836
X2.3	21,2000	7,119	,639	,815
X2.4	21,0000	7,191	,746	,799
X2.5	21,2421	6,185	,679	,812
X2.6	20,9895	7,181	,670	,810

Sumber: Data Primer diolah, 2022

Berdasarkan hasil analisis uji reliabilitas diketahui variabel pengetahuan mempunyai nilai *Cronbach Alpha* 0,844 yang artinya > dari 0,60 sehingga instrumen penelitian dinyatakan reliabel.

3) Variabel pelayanan

Tabel 4.13
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Pelayanan

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	95	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	95	100,0

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

Reliability Statistics	
Cronbach's	
Alpha	N of Items
,758	6

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X3.1	21,4842	6,082	,319	,768
X3.2	21,3579	5,488	,527	,715
X3.3	21,6737	5,392	,564	,705
X3.4	21,4526	5,484	,551	,709
X3.5	21,5579	5,398	,496	,724
X3.6	21,3684	5,448	,543	,710

Sumber: Data Primer diolah, 2022

Berdasarkan hasil analisis uji reliabilitas diketahui variabel pelayanan mempunyai nilai *Cronbach Alpha* 0,758 yang artinya > dari 0,60 sehingga instrument penelitian dinyatakan reliable.

- 4) Variabel promosi

Tabel 4.14
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Promosi

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	95	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	95	100,0

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

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,822	6

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X4.1	20,1158	7,082	,427	,826
X4.2	20,3263	6,499	,628	,786
X4.3	20,4105	6,372	,586	,794
X4.4	20,4421	6,590	,583	,795
X4.5	20,2105	6,423	,676	,776
X4.6	20,4947	5,997	,643	,782

Sumber: Data Primer diolah, 2022

Berdasarkan hasil analisis uji reliabilitas diketahui variabel promosi mempunyai nilai *Cronbach Alpha* 0,822 yang artinya > dari 0,60 sehingga instrument penelitian dinyatakan reliable.

5) Variabel lokasi

Tabel 4.15
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Lokasi

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	95	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	95	100,0

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

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,860	5

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X5.1	14,5053	8,657	,750	,817
X5.2	14,6316	8,682	,640	,840
X5.3	14,7368	7,983	,678	,831
X5.4	14,7263	8,009	,737	,815
X5.5	14,8316	8,312	,608	,850

Sumber: Data Primer diolah, 2022

Berdasarkan hasil analisis uji reliabilitas diketahui Variabel lokasi mempunyai nilai *Cronbach Alpha* 0,919 yang artinya > dari 0,60 sehingga instrument penelitian dinyatakan reliable.

6) Variabel preferensi menabung

Tabel 4.16
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Preferensi Menabung

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	95	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	95	100,0

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

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,782	6

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	19,3789	11,408	,552	,746
Y2	19,5053	11,359	,492	,758
Y3	19,4737	10,869	,572	,739
Y4	19,5053	11,699	,360	,790
Y5	19,6737	10,286	,637	,722
Y6	20,0421	9,594	,599	,732

Sumber: Data Primer diolah, 2022

Berdasarkan hasil analisis uji reliabilitas diketahui Variabel Preferensi menabung mempunyai nilai *Cronbach Alpha* 0,944 yang artinya > dari 0,60 sehingga instrument penelitian dinyatakan reliable.

4. Hasil Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas Residual digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi normal atau tidak, dengan menggunakan metode *Kolmogorov Smirnov*.



Perpustakaan UIN Mataram

Tabel 4.17
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		95
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	3,22375970
Most Extreme Differences	Absolute	,099
	Positive	,099
	Negative	-,062
Test Statistic		,099
Asymp. Sig. (2-tailed)		,082 ^c
a. Test distribution is Normal. b. Calculated from data. c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber: Data Primer diolah, 2022

Dari hasil uji normalitas *Kolmogorov Smirnov* didapatkan hasil *signifikansi* 0,82 dimana hasil tersebut lebih besar dari taraf *signifikansi* 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa pada uji normalitas dalam penelitian ini terdistribusi secara normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik multikolinearitas, yaitu adanya hubungan linear antara variabel independen dalam model regresi memiliki hubungan linear. Cara melihat ada tidaknya gejala multikolinearitas adalah dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* dan *Tolerance*, apabila nilai $VIF < 10$ dan $Tolerance > 0,1$ maka dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas.

Tabel 4.18
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3,271	3,491		,937	,351		
	Tingkat Kepercayaan	,072	,205	,049	,351	,726	,392	2,554
	Pengetahuan	,427	,164	,348	2,600	,011	,434	2,303
	Pelayanan	,114	,181	,081	,628	,531	,465	2,148
	Promosi	,204	,180	,158	1,134	,260	,399	2,504
	Lokasi	,004	,113	,004	,037	,971	,734	1,363

a. Dependent Variable: Preferensi Menabung

Sumber: *Data Primer diolah, 2022*

Dari hasil perhitungan uji multikolinearitas variabel tingkat kepercayaan mempunyai nilai VIF = 2,554 dan nilai Tolerance 0,392 yang artinya tidak terjadi multikolinieritas. Variabel pengetahuan mempunyai nilai VIF = 2,303 dan nilai Tolerance 0,434 yang artinya tidak terjadi multikolinieritas. Variabel pelayanan mempunyai nilai VIF = 2,148 dan nilai Tolerance 0,465 yang artinya tidak terjadi multikolinieritas. Variabel promosi mempunyai nilai VIF = 2,504 dan nilai Tolerance 0,399 yang artinya tidak terjadi multikolinieritas. Variabel lokasi mempunyai nilai VIF = 1,366 dan nilai Tolerance 0,734 yang artinya tidak terjadi multikolinieritas.

c. Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dan residual satu pengamatan kepengamatan lain tetap maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Uji heterokedastisitas dalam penelitian ini menggunakan metode uji *glejser* dengan signifikansi 0,05.

Tabel 4.19
Hasil Uji Heterokedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,455	1,844		1,331	,186
	Tingkat Kepercayaan	,053	,108	,083	,494	,622
	Pengetahuan	-,018	,087	-,033	-,207	,837
	Pelayanan	-,022	,096	-,035	-,225	,822
	Promosi	,036	,095	,063	,379	,706
	Lokasi	-,037	,059	-,077	-,625	,533

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber: Data Primer diolah, 2022

Hasil signifikansi dari variabel tingkat kepercayaan sebesar $0,622 > 0,05$ maka tidak terjadi heterokedastisitas, pada variabel pengetahuan sebesar $0,837 > 0,05$ maka tidak terjadi heterokedastisitas, pada variabel pelayanan $0,822 > 0,05$ maka tidak terjadi heterokedastisitas, pada variabel promosi sebesar $0,706 > 0,05$ maka tidak terjadi heterokedastisitas, pada variabel lokasi sebesar $0,533 > 0,05$ maka tidak terjadi heterokedastisitas.

5. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Berdasarkan hasil pengujian SPSS maka ditemukan model regresi linear berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = b_0(3,271) + b_1(0,072)X_1(1,294) + b_2(0,427)X_2(2,600) + b_3(0,114)X_3(2,280) + b_4(0,204)X_4(2,134) + b_5(0,004)X_5(0,037)$$

Dari hasil temuan data diatas maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- a. Nilai Konstanta (b_0) adalah sebesar 3,271 yang artinya jika nilai tingkat kepercayaan, pengetahuan, pelayanan, promosi dan lokasi bernilai 0, maka nilai preferensi menabung sebesar 3,271.
- b. Nilai koefisien regresi variabel tingkat kepercayaan (b_1) bernilai positif yaitu, 0,072 maka dapat diartikan bahwa setiap peningkatan tingkat kepercayaan sebesar 1 satuan, maka akan meningkatkan preferensi menabung sebesar 0,072 satuan dengan asumsi variabel independen lainnya nilainya tetap.
- c. Nilai koefisien regresi variabel pengetahuan (b_2) bernilai positif yaitu, 0,427 maka dapat diartikan bahwa setiap peningkatan pengetahuan sebesar 1 satuan, maka akan meningkatkan preferensi menabung sebesar 0,427 satuan dengan asumsi variabel independen lainnya nilainya tetap.
- d. Nilai koefisien regresi variabel pelayanan (b_3) bernilai positif yaitu, 0,114 maka dapat diartikan bahwa setiap peningkatan pelayanan sebesar 1 satuan, maka akan meningkatkan preferensi menabung sebesar 0,114 satuan dengan asumsi variabel independen lainnya nilainya tetap.
- e. Nilai koefisien regresi variabel promosi (b_4) bernilai positif yaitu, 0,204 maka dapat diartikan bahwa setiap peningkatan promosi sebesar 1 satuan, maka akan meningkatkan preferensi menabung sebesar 0,204 satuan dengan asumsi variabel independen lainnya nilainya tetap.

f. Nilai koefisien regresi variabel lokasi (b_5) bernilai positif yaitu, 0,004 maka dapat diartikan bahwa setiap peningkatan lokasi sebesar 1 satuan, maka akan meningkatkan preferensi menabung sebesar 0,004 satuan dengan asumsi variabel independen lainnya nilainya tetap.

g. Uji Hipotesis

1) Uji T

Uji T digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel independen secara parsial (sendiri-sendiri) berpengaruh terhadap variabel dependen. Cara menentukannya adalah dengan melihat t_{tabel} dan t_{hitung} atau signifikansi sebagai berikut:

- a) Jika $-t_{tabel} > -t_{hitung}$ atau $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima
- b) Jika $-t_{hitung} < -t_{tabel}$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak
- c) Jika signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima
- d) Jika signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak

Untuk mendapatkan hasil t_{tabel} dengan rumus:

$$t_{tabel} = a/2 ; n-k-1$$

$$t = 0,05/2 ; 95-5-1$$

$$t = 0,025 ; 89$$

$$t = 1.986$$

Tabel 4.20
Hasil Uji T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,271	3,491		,937	,351
	Tingkat Kepercayaan	,072	,205	,049	1,351	,426
	Pengetahuan	,427	,164	,348	2,600	,011
	Pelayanan	,114	,181	,381	2,280	,031
	Promosi	,204	,180	,458	2,134	,040
	Lokasi	,004	,113	,004	,037	,971

a. Dependent Variable: Preferensi Menabung

Sumber: Data Primer diolah, 2022

(1) Variabel tingkat kepercayaan

Hasil uji t pada variabel tingkat kepercayaan diperoleh nilai thitung sebesar 1,351 < ttabel sebesar 1,986 dengan taraf signifikansi sebesar 0,426 > 0,05 maka H1 ditolak. Artinya tingkat kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap preferensi menabung mahasiswa FEBI UIN Mataram.

(2) Variabel pengetahuan

Hasil uji t pada variabel pengetahuan diperoleh nilai thitung sebesar 2,600 > ttabel sebesar 1,986 dengan taraf signifikansi sebesar 0,011 < 0,05 maka H2 diterima. Artinya pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap preferensi menabung mahasiswa FEBI UIN Mataram.

(3) Variabel pelayanan

Hasil uji t pada variabel pelayanan diperoleh nilai t_{hitung} sebesar $2,280 > t_{tabel}$ sebesar 1.968 dengan taraf signifikansi sebesar $0,031 < 0,05$ maka H_3 diterima. Artinya pelayanan berpengaruh negatif terhadap preferensi menabung mahasiswa FEBI UIN Mataram.

(4) Variabel promosi

Hasil uji t pada variabel Promosi diperoleh nilai t_{hitung} sebesar $2,134 > t_{tabel}$ sebesar 1.968 dengan taraf signifikansi sebesar $0,040 < 0,05$ maka H_4 diterima. Artinya promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap preferensi menabung mahasiswa FEBI UIN Mataram.

(5) Variabel lokasi

Hasil uji t pada variabel Lokasi diperoleh nilai t_{hitung} sebesar $0,037 < t_{tabel}$ sebesar 1.997 dengan taraf signifikansi sebesar $0,971 > 0,05$ maka H_5 ditolak. Artinya lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap preferensi menabung mahasiswa FEBI UIN Mataram.

2) Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara simultan (bersamaan) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Pengujian menggunakan tingkat signifikansi $0,05$ atau $f_{hitung} > f_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Untuk mendapatkan hasil f_{tabel} dengan rumus:

$$f_{tabel} = 5 ; 95-5-1$$

$$F = 5 ; 89$$

$$F = 2,320$$

Tabel 4.21
Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	432,819	5	86,564	7,886	,000 ^b
	Residual	976,907	89	10,976		
	Total	1409,726	94			

a. Dependent Variable: Preferensi Menabung
b. Predictors: (Constant), Lokasi, Pelayanan, Pengetahuan, Promosi, Tingkat Kepercayaan

Sumber: Data Primer diolah, 2022

Berdasarkan hasil analisis diperoleh nilai f_{hitung} sebesar 7,886 > dari nilai f_{tabel} sebesar 2,320 dengan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak. Artinya tingkat kepercayaan, pengetahuan, pelayanan, promosi dan lokasi memiliki pengaruh terhadap preferensi menabung mahasiswa FEBI UIN Mataram.

3) Uji Determinasi R^2

R Square (R^2) atau kuadrat dari R menunjukkan koefisien determinasi. Angka ini diubah ke bentuk persen, yang artinya persentase sumbangan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel 4.22
Hasil Uji R²

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,954 ^a	,707	,668	3,31308
a. Predictors: (Constant), Lokasi, Pelayanan, Pengetahuan, Promosi, Tingkat Kepercayaan				

Sumber: Data Primer diolah, 2022

Berdasarkan hasil diperoleh nilai R² sebesar 0,707 artinya persentase dari pengaruh variabel Tingkat Kepercayaan, Pengetahuan, Pelayanan, Promosi dan Lokasi Terhadap Preferensi Menabung Mahasiswa FEBI UIN Mataram adalah sebesar 70,7%. Sisanya 29,3% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk kedalam model penelitian ini.

B. Pembahasan

1. Pengaruh Tingkat Kepercayaan (X1), Pengetahuan (X2), Pelayanan (X3), Promosi (X4) dan Lokasi (X5) Terhadap Preferensi Menabung (Y) Mahasiswa FEBI UIN Mataram

- a. Tingkat Kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap preferensi menabung

Tingkat kepercayaan merupakan kesadaran yang dimiliki oleh nasabah untuk meyakini produk Bank Syariah. Keyakinan terhadap suatu produk usaha adalah bentuk kepuasan nasabah terhadap produk dan kualitas yang diberikan oleh perbankan syariah. Menurut Prasaranphanich ketika konsumen mempercayai suatu usaha, mereka akan lebih suka melakukan pembelian ulang dan membagi informasi pribadi yang berharga

kepada perusahaan tersebut dan kepada orang lain.⁶⁸ Dari teori tersebut dapat disimpulkan bahwa kepercayaan yang tertanam dalam diri seseorang akan menimbulkan loyalitas terhadap perusahaan yang mereka pilih.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel tingkat kepercayaan berdasarkan uji t diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 1,351 < t_{tabel} sebesar 1,986 dengan taraf signifikansi sebesar 0,426 > 0,05 maka H_1 ditolak. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tingkat kepercayaan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap preferensi menabung mahasiswa FEBI UIN Mataram pada perbankan syariah.

- b. Pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap preferensi menabung

Pengetahuan konsumen merupakan informasi yang berkaitan dengan produk dan usaha dari suatu perusahaan yang merangsang konsumen untuk membeli barang dan jasa tersebut untuk dikonsumsi. Pengetahuan secara umum dapat didefinisikan sebagai sekumpulan informasi yang disimpan didalam ingatan seseorang. Menurut Doni Priansa pengetahuan nasabah adalah kumpulan semua informasi yang sesuai dengan fungsi nasabah dipasar, baik berupa pengalaman, maupun produk atau jasa yang dimiliki nasabah.⁶⁹

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pengetahuan berdasarkan uji t diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2,600 > t_{tabel} sebesar 1,986 dengan taraf signifikansi sebesar 0,011 < 0,05 maka H_2 diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa pengetahuan mahasiswa FEBI UIN Mataram selaku nasabah tabungan Bank Syariah memiliki pengaruh yang signifikan terhadap preferensi menabung mahasiswa pada perbankan syariah. Dengan demikian mahasiswa FEBI UIN Mataram yang

⁶⁸Prasarnphanich, *Pelaku Konsumen: Analisis Model Keputusan*, (Yogyakarta: Penerbit Universitas Atmat Jaya Yogyakarta, 2007), hlm. 231.

⁶⁹Doni Juni Priansa, *Perilaku Nasabah: Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*, (Bandung: Alfabeta, 2017), hlm. 130.

menabung pada perbankan syariah secara menyeluruh memiliki pengetahuan yang baik terhadap produk tabungan perbankan syariah.

- c. Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap preferensi menabung

Pelayanan secara umum dapat diistilahkan sebagai kegiatan melakukan sesuatu bagi orang lain. Pelayanan yang terbaik kepada nasabah dengan tingkat kualitas dan mutu dapat tercapai secara konsisten dengan memperbaiki dan memberikan perhatian khusus dan berkelanjutan pada standar kinerja pelayanan baik standar pelayanan internal maupun standar pelayanan eksternal karna kualitas pelayanan memiliki hubungan yang sangat erat dengan kepuasan nasabah. Kualitas pelayanan sebagai kemampuan merencanakan, menciptakan, dan menyerahkan produk yang bermanfaat luar biasa bagi pelanggan.⁷⁰

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pelayanan berdasarkan uji t diperoleh nilai t_{hitung} sebesar $2,280 > t_{tabel}$ sebesar $1,986$ dengan taraf signifikansi sebesar $0,031 < 0,05$ maka H_3 diterima. Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap preferensi menabung mahasiswa pada perbankan syariah. Dengan demikian pelayanan perbankan syariah menjadi indikator atau alasan mahasiswa FEBI UIN Mataram memilih menabung pada perbankan syariah.

- d. Promosi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap preferensi menabung

Promosi adalah kegiatan menginformasikan suatu produk usaha kepada konsumen agar mereka terdorong untuk mengonsumsi produk tersebut. Promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Menurut

⁷⁰Ali Hasan, Marketing Bank Syariah, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010), hlm. 91.

Fandy Tjiptono promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran yakni suatu aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk, dan mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar dapat menerima, membeli dan loyal terhadap produk yang telah ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.⁷¹

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Promosi berdasarkan uji t diperoleh nilai thitung sebesar 2,134 > ttabel sebesar 1.986 dengan taraf signifikansi sebesar 0,040 < 0,05 maka H4 diterima. Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap preferensi menabung mahasiswa pada perbankan syariah. Dengan demikian promosi perbankan syariah menjadi indikator atau alasan mahasiswa FEBI UIN Mataram menabung pada perbankan syariah.

- e. Lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap preferensi menabung

Lokasi adalah suatu keputusan perusahaan atau lembaga untuk menentukan tempat usaha, aktivitas usaha dan kegiatan usaha dalam kegiatan operasionalnya. Pemilihan lokasi mempunyai fungsi yang strategis karena dapat ikut menentukan tercapainya tujuan dari badan usaha.⁷² Lokasi merupakan tempat yang strategis dimana konsumen dapat menjangkau tempat usaha. Menurut Lupiyoadi dan Hamdani lokasi adalah keputusan yang dibuat perusahaan atau instansi pendidikan berkaitan dengan dimana operasi dan stafnya ditempatkan.⁷³

Hasil uji t pada variabel Lokasi diperoleh nilai thitung sebesar 0,037 < ttabel sebesar 1.986 dengan taraf signifikansi sebesar 0,971 > 0,05 maka H5 ditolak. Artinya Lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap preferensi menabung

⁷¹Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi, 1998), hlm. 219.

⁷²Swastha, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT. Indeks, 2000), hlm. 56.

⁷³Lupiyoadi dan A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Salemba Empat, 2011), hlm. 92.

mahasiswa FEBI UIN Mataram. Dengan demikian lokasi perbankan syariah tidak menjadi indikator atau alasan mahasiswa FEBI UIN Mataram memilih menabung pada perbankan syariah.

- f. Tingkat Kepercayaan, Pengetahuan, Pelayanan, Promosi dan Lokasi berpengaruh terhadap preferensi menabung mahasiswa pada Bank Syariah?

Hasil uji F secara bersamaan menunjukkan F_{hitung} sebesar 14,249 > dari nilai F_{tabel} sebesar 2,360 dengan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Artinya tingkat kepercayaan, pengetahuan, pelayanan, promosi dan lokasi memiliki pengaruh terhadap preferensi menabung mahasiswa FEBI UIN Mataram.



Perpustakaan UIN Mataram

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian pada analisis regresi linear berganda uji t dan uji f maka yang menjadi kesimpulan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Hasil uji t pada variabel X_1 menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap preferensi menabung mahasiswa FEBI UIN Mataram, dapat dilihat dari nilai t_{hitung} sebesar $1,351 < t_{tabel}$ sebesar $1,986$ dengan taraf signifikansi $0,426 > 0,05$ maka H_1 ditolak.
2. Hasil uji t pada variabel X_2 menunjukkan pengetahuan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap preferensi menabung mahasiswa FEBI UIN Mataram, dari nilai t_{hitung} sebesar $2,600 > t_{tabel}$ sebesar $1,986$ dengan taraf signifikansi sebesar $0,011 < 0,05$ maka H_2 diterima.
3. Hasil uji t pada variabel X_3 menunjukkan pelayanan berpengaruh signifikan terhadap preferensi menabung mahasiswa FEBI UIN Mataram, dari nilai t_{hitung} sebesar $2,280 > t_{tabel}$ sebesar $1,986$ dengan taraf signifikansi sebesar $0,031 < 0,05$ maka H_3 diterima.
4. Hasil uji t pada variabel X_4 menunjukkan promosi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap preferensi menabung mahasiswa FEBI UIN Mataram, dari nilai t_{hitung} sebesar $2,134 > t_{tabel}$ sebesar $1,986$ dengan taraf signifikansi sebesar $0,040 < 0,05$ maka H_4 diterima.
5. Hasil uji t pada variabel X_5 menunjukkan lokasi memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap preferensi menabung mahasiswa FEBI UIN Mataram, hal ini dapat dilihat dari t_{hitung} sebesar $0,037 < t_{tabel}$ sebesar $1,986$ dengan taraf signifikansi sebesar $0,540 > 0,05$ maka H_5 ditolak.

6. Hasil uji f diperoleh nilai f_{hitung} sebesar $7,886 >$ dari nilai f_{tabel} sebesar $2,320$ dengan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ maka H_1 , H_2 , H_3 , H_4 dan H_5 diterima. Artinya Tingkat Kepercayaan, Pengetahuan, Pelayanan, Promosi dan Lokasi memiliki pengaruh terhadap preferensi menabung mahasiswa FEBI UIN Mataram.

B. Saran

1. Bank Syariah perlu meningkatkan kegiatan dan aktivitas yang mampu menarik mahasiswa sebagai nasabah dengan menumbuhkan kepercayaan terhadap produk usaha, khususnya produk tabungan perbankan syariah, dan memilih lokasi usaha dan ATM yang strategis yang dapat dijangkau oleh mahasiswa untuk menciptakan kenyamanan bertransaksi pada perbankan syariah.
2. Sebagai bahan rujukan untuk penelitian selanjutnya peneliti berharap adanya penelitian yang mendalam terhadap preferensi masyarakat dalam menabung pada perbankan syariah, agar perbankan syariah memahami kebutuhan generasi muda dan masyarakat Islam untuk melahirkan inovasi dalam bidang keuangan yang berorientasi menggerakkan ekonomi umat Islam.

Perpustakaan UIN Mataram

DAFTAR PUSTAKA

- Aam Slamet Rusydiana, “Analisis Masalah Pengembangan Perbankan Syariah Di Indonesia: Aplikasi Metode Analytic Network Process”, *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, Vol. 6, Nomor 2, Oktober 2016.
- Ade Syarif Maulana, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Toi”, *Jurnal Ekonomi*, Vol. 7, Nomor 2, November 2016.
- Ali Zainuddin, *Hukum Perbankan Syariah*, Jakarta: Sinar Grafika, 2008.
- Andi Mappiare, *Psikologi Orang Dewasa Bagi Penyesuaian Dan Pendidikan*, Surabaya: Usana Offsetprinting, 1994.
- Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2014, cet. ke-4.
- Ayif Fathurrahman dan Umi Uzizah, “Analisis Faktor Preferensi Mahasiswa Terhadap Perbankan Syariah Studi Pada Mahasiswa Ilmu Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta”, *IHTIFAZ: Jurnal of Islamic, Economics Finance and Banking*, Vol. 1, Nomor 1 & 2, Juni 2018.
- Bricci dkk, “Efek Dari Kepercayaan, Komitmen dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan di Sektor Distribusi”, *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen*. Vol. 4, Nomor 2, Februari 2016.
- Doni Juni Priansa, *Perilaku Nasabah: Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*, Bandung: Alfabeta, 2017.
- Duwi Priyatno, *Panduan Praktis Olah Data Menggunakan SPSS*, Yogyakarta: Andi, 2017.

- Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, *Rencana Strategis, Tugas Pokok, dan Fungsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Mataram*, Mataram: Penerbit FEBI UIN Mataram, 2018.
- Fandy Tjiptono, *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima*, Yogyakarta: CV Andi Offset, 2008, cet. ke-1.
- Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: CV. Andi, 2008.
- Gina Anggreini S, “Analisis Persepsi Mahasiswa Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Unismuh Angkatan 2016)”, *Skripsi*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar, Makassar, 2019.
- Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2018.
- Ikatan Bankir Indonesia, *Memahami Bank Syariah*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2014.
- Imam Mu’aziz, Ikhwan Hamdani dan Ahmad Mulyadi Khosim, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Nasabah Menabung Di BPRS Amanah Ummah”, *AL-INFAQ: Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. 8, Nomor 2, Desember 2017.
- Janie, D.N.A., *Statistik Deskriptif dan Regresi Linier Berganda dengan SPSS*, Semarang: University Press, 2012.
- Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*, Jakarta: Kencana, 2013.
- Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2013, cet. ke-12.
- Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur’an dan Terjemahannya*, Jakarta: Lajnah Pentashihan Al-Qur’an, 2019.

Kevin Putra Mahendra dkk, “Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Cv Mitra Perkasa Utomo”, *Agora*. Vol. 7, Nomor 1, 2018.

Khaerul Umam, *Manajemen Perbankan Syariah*, Bandung: Pustaka Setia, 2013.

Mulyadi Nitisusastro, *Perilaku Konsumen dalam Prespektif Kewirausahaan*, Bandung: Alfabeta, 2012.

Marliah Maulina dan Ismaulina, “Analisis Faktor-Faktor Preferensi Mahasiswa Menabung Di Perbankan Syariah”, *AT-TIJARAH: Jurnal Penelitian Keuangan dan Perbankan Syariah*, Vol. 3, Nomor 1, Desember 2018.

Nurul Widyawati, “Pengaruh Kepercayaan dan Komitmen Serta Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Loyalitas Konsumen di Hotel Zakiyah Medan”, *Jurnal Ekitas*, Vol. 12, 2008.

Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Prehalindo, 2000, cet. ke-10.

Rambat Lupiyoadi, A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta: Salemba Empat, 2006.

Rifa'atul Machmudah, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Non Muslim Menjadi Nasabah Di Bank Syariah Pada Bank CIMD Niaga Syariah Semarang”, *Skripsi*, Fakultas Syariah IAIN Walisongo Semarang, Semarang, 2009.

Rismayanti Nasrum, “Preferensi Masyarakat Dalam Memilih Bank Konvensional dan Bank Syariah Di Kecamatan Belopa Kabupaten Luwu”, *Skripsi*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo, Palopo, 2019.

- Sahade dan Chalid Imran Musa, *Manajemen Pemasaran*, Makassar: Penerbit UIN Alauddin Makassar, 2009.
- Sarwono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006, hlm. 209.
- Seliyanto, *Motode Riset Bisnis*, Yogyakarta: Cv. Andi Offset, 2009.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2017.
- Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta, 2006.
- Suharyadi Purwanto, *Statistik Untuk Keuangan Ekonomi Dan Modern*, Jakarta: Salemba Empat, 2007.
- Suryani & Hendryani, *Metode Riset Kuantitaif*, Jakarta: Prenadamedia Group, 2018.
- Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: Kencana, 2017.
- Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPS*, Jakarta: Kencana, 2017.
- Ujang Suwarman, *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2002.
- Uniyanti, “Faktor-Faktor Nasabah Memilih Menabung Di Bank Syariah (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar)”, *Skripsi*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar, Makassar, 2018.

Lampiran – Lampiran



Perpustakaan UIN Mataram

Lampiran 1

LEMBAR KUESIONER PENELITIAN (ANGKET)

Kepada Yth : Sdr/i/Mahasiswa/i Responden

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dalam rangka menyelesaikan studi di Universitas Islam Negeri (UIN) Mataram, maka saat ini sedang menyusun skripsi dengan judul **“Pengaruh Tingkat Kepercayaan, Pengetahuan, Pelayanan, Promosi dan Lokasi Terhadap Preferensi Menabung Mahasiswa Pada Bank Syariah (Studi Pada Mahasiswa FEBI UIN Mataram)”**. Adapun biodata saya sebagai berikut:

Nama	: Fahrirrahaman
NIM	: 170502127
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan	: Perbankan Syariah
Semester	: 10

Saya sangat mengharapkan partisipasi saudara/i, Mahasiswa/i FEBI UIN Mataram sekalian agar dapat meluangkan waktu untuk membantu saya dalam menjawab beberapa pertanyaan dibawah ini. Sebagai bahan data dan dianalisis dalam skripsi saya. Kepada saudar/i sekalian yang sudah berkenan mengisi saya ucapkan terimakasih banyak.

Petunjuk Pengisian Kuesioner

1. Berikan tanda (√) pada jawaban yang Saudara/Saudari anggap paling benar
2. Setiap pertanyaan hanya membutuhkan satu jawaban saja
3. Mohon memberikan jawaban yang sebenar-benarnya
4. Ada lima alternatif jawaban, dengan bobot nilai masing-masing yaitu:

Jawaban	Singkatan	Bobot Nilai
Sangat Setuju	SS	5
Setuju	S	4
Netral	N	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

Nama :

Jurusan : Perbankan Syariah
 Ekonomi Syariah
 Pariwisata Syariah

Semester : 10 8 6
 4 2

Angkatan : 2017 2018 2019
 2020 2021

Jenis Kelamin : Laki-laki
 Perempuan

Perpustakaan UIN Mataram

Rekening Tabungan Bank Syariah :	<input type="checkbox"/>	Bank Syariah Indonesia (BSI)
	<input type="checkbox"/>	Bank BRI Syariah
	<input type="checkbox"/>	Bank NTB Syariah
	<input type="checkbox"/>	Bank Muamalat
	<input type="checkbox"/>	Bank BTN Syariah
	<input type="checkbox"/>	Bank Panin Dubai Syariah
	<input type="checkbox"/>	Bank Syariah Bukopin
	<input type="checkbox"/>	Bank Mega Syariah
	<input type="checkbox"/>	Bank BCA Syariah
	<input type="checkbox"/>	

Sudah berapa lama menjadi nasabah Bank Syariah :

<input type="checkbox"/>	Kurang dari 1 Tahun
<input type="checkbox"/>	1 Tahun
<input type="checkbox"/>	1-3 Tahun
<input type="checkbox"/>	Lebih dari 3 Tahun

Perpustakaan UIN Mataram

3. Variabel X

A. Tingkat Kepercayaan (X1)

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya yakin Bahwa Bank Syariah dalam implementasinya menerapkan Syariat Islam					
2	Saya yakin menabung pada Bank Syariah aman, amanah dan menguntungkan					
3	Saya yakin bahwa produk yang ditawarkan Bank Syariah halal					
4	Saya Percaya menabung pada Bank Syariah untuk meningkatkan kualitas hidup dan perekonomian Ummat Islam					
5	Saya percaya dengan adanya Bank Syariah bermanfaat untuk menciptakan keadilan dibidang ekonomi					

Perpustakaan UIN Mataram

B. Pengetahuan (X2)

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1	Tiga tugas utama Bank Syariah sebagai penghimpun dana, penyaluran dana dan penyedia jasa lainnya sesuai dengan prinsip syariah					
2	Produk tabungan Bank Syariah yaitu, tabungan Mudharabah dan Wadiah					
3	Tabungan Mudharabah merupakan penempatan dana dalam bentuk tabungan dengan sistem bagi hasil					
4	Tabungan Wadiah Merupakan penempatan dana dalam bentuk tabungan dengan prinsip titipan					
5	Bank Syariah dalam sistem operasionalnya tidak menerapkan sistem bunga melainkan sistem bagi hasil sedangkan Bank Konvensional menerapkan sistem bunga					
6	Bank Syariah diawasi oleh Dewan Syariah nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) dalam menjalankan kegiatan usahanya					

C. Pelayanan (X3)

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1	Satpam Bank Syariah mengucapkan salam dan menanyakan maksud kedatangan Anda					
2	Karyawan Bank Syariah berpakaian rapi, bersikap ramah dan sopan santun					
3	Pelayanan dan transaksi Bank Syariah mudah, tertib, cepat, tepat, dan tidak berbelit-belit					
4	Kantor Bank Syariah bersih, rapi dan nyaman dengan sarana dan prasarana yang memadai					
5	Mahasiswa mudah membayar UKT dengan adanya Bank Mobil (drive-in bank)					
6	Bank Syariah memberikan pelayanan digital melalui aplikasi mobile banking					

Perpustakaan UIN Mataram

D. Promosi (X4)

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1	Bank syariah melakukan kerja sama dengan UIN Mataram untuk menarik mahasiswa menjadi nasabah					
2	Bank Syariah melakukan sponsorship pada kegiatan sosial dan kemahasiswaan					
3	Promosi yang dilakukan Bank Syariah menarik					
4	Kegiatan promosi Bank Syariah memberikan pemahaman dan informasi yang bermanfaat					
5	Pemasaran produk Bank Syariah melalui media sosial sangat berguna bagi calon nasabah					
6	Iklan Bank Syariah dalam memaparkan produk nya sangat bermanfaat					

Perpustakaan UIN Mataram

E. Lokasi (X5)

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1	Lokasi Bank Syariah sangat Strategis					
2	Lokasi Bank Syariah mudah di jangkau					
3	Lokasi ATM Bank Syariah sangat strategis					
4	Lokasi Bank Syariah relatif lebih dekat dan dapat di akses dengan transportasi umum maupun pribadi					
5	ATM Bank Syariah tersedia di tempat umum dan pusat perbelanjaan					

Perpustakaan UIN Mataram

4. Variabel Y

Preferensi Menabung

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1	Tingkat kepercayaan berpengaruh terhadap preferensi menabung mahasiswa pada Bank Syariah					
2	Pengetahuan berpengaruh terhadap preferensi menabung mahasiswa pada Bank Syariah					
3	Pelayanan berpengaruh terhadap preferensi menabung mahasiswa pada Bank Syariah					
4	Promosi berpengaruh terhadap preferensi menabung mahasiswa pada Bank Syariah					
5	Lokasi berpengaruh terhadap preferensi menabung mahasiswa pada Bank Syariah					
6	Tingkat kepercayaan, pengetahuan, pelayanan, promosi dan lokasi terhadap preferensi menabung mahasiswa pada Bank Syariah					

Perpustakaan UIN Mataram

Lampiran 2
Data Jawaban Responden Variabel Tingkat Kepercayaan, Pengetahuan dan Pelayanan

No/Responden	Tingkat Kepercayaan (X1)						Pengetahuan X2							Pelayanan X3						
	X1.1	X1.2	X1.3	X.4	X.5	Total	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	Total	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	Total
1	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30
2	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24
3	3	4	4	3	3	17	4	4	4	4	4	4	24	4	4	3	4	4	4	23
4	4	4	4	4	4	20	4	4	5	5	5	5	28	4	4	4	4	5	4	25
5	1	3	2	1	4	11	2	3	4	3	1	4	17	4	3	5	5	5	5	27
6	4	4	4	3	4	19	4	4	4	4	3	4	23	4	5	4	4	5	5	27
7	4	4	4	3	4	19	4	4	4	4	3	4	23	4	5	4	4	5	5	27
8	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	30	4	4	4	4	4	4	24
9	4	4	4	4	4	20	4	2	2	4	3	2	17	4	4	4	4	4	4	24
10	5	4	5	4	5	23	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30
11	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30
12	3	3	3	4	3	16	4	4	4	4	4	4	24	4	5	5	4	4	5	27
13	5	5	4	3	3	20	4	4	4	4	4	5	25	5	5	5	5	4	4	28
14	3	4	4	3	3	17	4	4	3	3	3	3	20	5	5	4	4	3	5	26
15	5	4	5	5	5	24	4	4	4	4	5	5	26	3	5	5	5	5	5	28
16	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	24	4	3	3	4	4	4	22
17	4	4	4	4	4	20	4	4	3	3	3	4	21	4	4	4	4	4	4	24
18	4	4	4	3	4	19	4	4	4	4	4	4	24	5	5	4	4	4	4	26
19	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24
20	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	5	5	5	24
21	4	5	4	4	5	22	5	4	5	5	5	5	29	5	5	5	5	5	5	30
22	5	5	4	4	5	23	5	4	5	5	4	5	28	3	4	5	5	4	5	26
23	4	4	5	4	3	20	5	3	4	3	3	4	22	3	4	4	3	4	4	22
24	3	3	3	5	5	19	5	5	3	5	3	4	25	5	5	4	5	4	5	28

25	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	3	4	23
26	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	24	5	5	5	5	5	5	30
27	3	3	3	3	3	15	3	4	4	4	3	4	22	3	4	3	3	3	4	20
28	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	3	4	23
29	4	4	5	5	5	23	5	5	5	5	5	5	30	5	5	4	5	5	5	29
31	4	4	4	4	4	20	4	5	4	4	5	5	27	5	5	4	5	4	5	28
32	4	3	4	3	3	17	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24
32	4	4	4	3	4	19	4	4	4	4	4	4	24	3	4	4	4	3	4	22
33	5	4	4	5	4	22	4	4	5	3	3	3	22	4	3	4	3	3	5	22
34	3	3	4	4	3	17	4	4	4	4	3	4	23	4	5	4	5	4	5	27
35	4	4	4	3	3	18	5	4	4	4	5	5	27	5	5	4	4	4	4	26
36	3	3	3	4	4	17	4	5	5	5	5	5	29	5	5	4	4	5	5	28
37	3	3	3	3	3	15	4	4	4	4	4	4	24	4	4	3	4	4	4	23
38	3	3	3	3	3	15	3	3	4	4	3	4	21	3	3	3	3	4	4	20
39	4	3	4	4	4	19	4	4	4	4	3	4	23	4	4	3	4	4	4	23
40	4	4	4	5	4	21	5	4	4	4	4	4	25	4	4	4	4	4	4	24
41	3	4	4	3	3	17	4	4	4	4	4	4	24	4	4	3	4	4	4	23
42	4	5	5	4	3	21	5	4	3	5	5	5	27	5	5	4	5	5	5	29
43	5	5	5	4	5	24	5	5	4	5	3	5	27	5	4	5	3	5	4	26
44	5	4	5	3	4	21	4	4	3	4	3	4	22	4	3	4	4	5	5	25
45	5	4	3	5	4	21	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30
46	4	5	3	5	5	22	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30
47	4	5	3	5	4	21	4	5	4	5	5	3	26	3	5	3	5	4	5	25
48	4	2	3	5	4	18	4	5	4	4	3	3	23	4	5	4	5	3	4	25
49	4	4	4	5	3	20	5	4	4	5	3	4	25	5	4	3	4	2	2	20
50	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30
51	5	5	5	4	4	23	4	4	4	4	5	5	26	5	5	4	5	5	5	29
52	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30
53	4	4	4	4	4	20	5	4	3	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24

54	4	4	5	4	4	21	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24
55	4	4	4	4	4	20	4	3	4	4	4	4	23	4	5	4	5	5	5	28
56	3	3	3	3	4	16	4	4	4	4	3	4	23	4	4	4	4	4	4	24
57	4	4	4	4	4	20	4	5	4	4	5	5	27	5	4	3	3	4	5	24
58	4	3	4	4	4	19	4	4	4	4	4	4	24	4	4	3	4	3	3	21
59	5	5	5	4	4	23	4	5	5	5	5	5	29	5	5	4	4	5	5	28
60	5	5	5	4	5	24	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	4	5	29
61	4	4	4	4	4	20	4	5	5	5	5	5	29	5	5	5	4	5	5	29
62	5	4	5	5	4	23	4	5	5	5	5	5	29	5	5	5	5	4	5	29
63	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	5	5	26	5	5	5	5	4	4	28
64	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	24	5	5	4	5	4	4	27
65	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24
66	4	4	4	4	4	20	4	5	5	5	5	5	29	4	4	4	4	4	4	24
67	4	4	5	5	4	22	4	5	5	5	5	5	29	5	5	5	4	4	5	28
68	4	4	5	5	4	22	5	5	5	5	5	5	30	5	5	4	4	4	4	26
69	4	4	5	5	5	23	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30
70	5	4	5	4	4	22	5	5	5	5	5	5	30	5	5	4	5	4	4	27
71	4	4	4	3	3	18	4	4	3	4	4	4	23	5	4	3	3	4	4	23
72	3	4	5	4	4	20	4	5	3	4	2	4	22	4	4	4	4	4	4	24
73	3	4	4	4	4	19	4	4	4	4	4	4	24	4	3	4	3	3	4	21
74	4	5	4	4	3	20	4	5	4	4	3	4	24	5	5	4	5	4	4	27
75	5	5	3	4	4	21	3	4	3	4	4	5	23	3	5	4	5	5	5	27
76	5	4	3	4	5	21	5	2	3	5	4	5	24	5	5	5	5	4	5	29
77	4	5	5	4	3	21	5	4	3	5	5	4	26	5	5	4	5	5	4	28
78	5	5	5	4	5	24	5	5	4	5	3	5	27	5	4	5	3	5	4	26
79	5	4	5	3	4	21	4	4	3	4	3	4	22	4	3	4	4	5	5	25
80	5	4	3	5	4	21	5	5	5	4	5	5	29	4	5	4	5	5	4	27
81	4	5	3	5	4	21	5	5	4	5	5	4	28	5	3	5	5	4	5	27
82	4	5	3	5	4	21	4	5	4	5	5	3	26	3	5	3	5	4	5	25

83	4	2	3	5	4	18	4	5	4	4	3	3	23	4	5	4	5	3	4	25
84	4	4	4	5	3	20	5	4	4	5	3	4	25	5	4	3	4	2	2	20
85	5	5	3	5	4	22	5	3	5	5	4	5	27	4	5	3	5	5	5	27
86	5	4	5	4	4	22	4	4	4	4	5	5	26	3	5	4	5	5	4	26
87	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30
88	4	4	4	4	4	20	5	4	3	4	4	4	24	4	4	4	3	4	2	21
89	4	5	5	4	5	23	5	3	5	5	5	5	28	3	5	5	4	5	5	27
90	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24
91	3	4	4	3	3	17	4	4	4	4	4	4	24	4	4	3	4	4	4	23
92	4	4	4	4	4	20	4	4	5	5	5	5	28	4	4	4	4	5	4	25
93	3	3	2	2	4	14	2	3	4	3	4	4	20	4	3	5	5	4	5	26
94	4	4	4	3	4	19	4	4	4	4	3	4	23	4	5	4	4	5	5	27
95	3	4	4	3	4	18	4	4	3	4	3	4	22	4	5	4	4	3	5	25

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
M A T A R A M

Perpustakaan UIN Mataram

Lampiran 3
Data Jawaban Responden Variabel Promosi, Lokasi dan Preferensi Menabung

No/Responden	Promosi X4							Lokasi X5						Preferensi Y						
	X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	X4.6	Total	X5.1	X5.2	X5.3	X5.4	X5.5	Total	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Total
1	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	30
2	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	24
3	4	3	4	3	3	3	20	4	3	3	3	3	16	4	3	4	4	4	3	22
4	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	20	5	5	5	5	5	4	29
5	5	5	4	3	4	3	24	2	2	4	3	3	14	3	5	4	4	4	3	23
6	4	4	4	4	4	4	24	4	3	4	3	4	18	3	3	2	5	2	3	18
7	4	4	4	4	4	4	24	4	3	4	3	4	18	3	3	2	5	2	3	18
8	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	5	4	21	4	4	4	4	4	4	24
9	4	4	4	4	4	4	24	4	5	5	5	4	23	4	5	4	2	3	4	22
10	2	4	5	4	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	30
11	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	30
12	5	3	4	3	4	3	22	4	4	2	4	2	16	4	3	4	3	4	3	21
13	4	3	4	4	4	4	23	4	4	4	2	3	17	3	4	3	4	3	4	21
14	4	3	4	3	4	3	21	4	4	3	4	3	18	4	3	4	4	4	4	23
15	5	4	4	5	5	4	27	5	5	5	5	5	25	3	3	4	3	3	3	19
16	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	3	4	19	4	4	4	4	4	4	24
17	5	4	2	4	3	3	21	4	2	2	4	3	15	4	4	4	4	5	4	25
18	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	24
19	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	24
20	5	5	4	4	4	3	25	3	4	2	3	5	17	4	3	4	3	3	3	20
21	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	25	5	5	5	4	4	4	27
22	5	4	3	4	4	4	24	3	2	3	3	2	13	4	4	4	4	4	3	23
23	4	3	3	3	4	3	20	3	3	3	4	4	17	3	4	3	3	3	3	19
24	5	3	4	4	4	4	24	3	3	3	3	3	15	5	5	5	5	4	4	28

25	4	3	3	3	3	3	19	4	3	3	3	4	17	4	4	5	4	4	4	25
26	4	4	4	5	4	4	25	4	4	3	3	2	16	3	3	3	3	3	3	18
27	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	4	16	4	4	4	4	3	3	22
28	4	4	4	4	4	4	24	4	4	2	4	2	16	5	5	5	5	5	5	30
29	5	4	4	5	5	5	28	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	30
31	5	4	4	4	4	4	25	4	4	4	5	3	20	5	4	4	4	4	3	24
32	4	4	4	4	4	4	24	3	3	4	3	3	16	3	4	4	3	3	3	20
32	4	4	4	4	3	3	22	4	4	3	4	4	19	4	3	3	3	3	3	19
33	5	5	5	5	4	5	29	5	4	4	3	2	18	5	4	4	5	5	5	28
34	3	4	4	4	4	3	22	4	4	2	3	3	16	3	4	4	4	4	4	23
35	4	4	3	3	3	4	21	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	24
36	5	5	3	3	5	5	26	2	2	2	2	4	12	5	5	5	5	5	5	30
37	4	3	3	4	4	3	21	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	3	18
38	4	4	3	3	4	4	22	3	3	3	3	4	16	3	3	3	4	4	3	20
39	4	4	4	4	4	3	23	3	3	2	2	2	12	4	4	5	4	4	4	25
40	4	4	4	4	4	4	24	4	4	3	3	4	18	5	5	5	5	5	5	30
41	4	4	3	3	3	3	20	4	4	3	4	4	19	3	3	3	3	3	3	18
42	5	4	5	4	4	4	26	4	4	2	3	2	15	3	4	5	5	5	3	25
43	5	4	5	3	5	4	26	3	4	3	3	2	15	5	4	5	5	4	5	28
44	3	5	3	4	4	5	24	3	3	4	2	3	15	4	3	5	4	4	4	24
45	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	30
46	5	5	5	5	5	5	30	3	5	4	2	2	16	4	5	3	5	4	3	24
47	5	4	5	3	5	4	26	4	3	3	4	2	16	5	5	5	5	5	5	30
48	4	5	3	4	4	3	23	5	3	4	5	4	21	5	5	3	5	4	5	27
49	4	3	4	4	5	2	22	4	3	5	4	4	20	5	4	2	5	3	2	21
50	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	30
51	5	4	4	4	4	4	25	5	5	5	5	4	24	4	4	4	4	4	5	25
52	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	30
53	4	4	3	3	3	3	20	4	4	3	3	4	18	3	3	4	3	3	3	19

54	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	20	5	5	5	2	3	1	21
55	3	3	3	4	3	3	19	4	4	3	4	3	18	4	4	5	4	5	4	26
56	4	4	3	4	4	4	23	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	3	18
57	4	4	4	3	4	4	23	3	3	2	3	2	13	4	4	4	2	3	3	20
58	4	3	3	3	4	3	20	3	3	2	2	3	13	4	4	4	3	4	4	23
59	5	4	4	5	5	5	28	3	3	3	3	3	15	2	5	5	4	5	1	22
60	5	5	5	5	5	4	29	3	3	3	3	3	15	5	4	5	3	5	5	27
61	4	4	3	4	4	4	23	4	4	4	4	3	19	4	4	5	5	5	4	27
62	5	5	5	4	4	3	26	4	4	3	4	4	19	5	5	5	5	5	5	30
63	4	4	4	5	5	5	27	3	3	3	3	3	15	4	4	4	3	3	4	22
64	4	4	4	4	4	4	24	3	3	3	3	3	15	5	2	4	3	5	2	21
65	4	3	4	3	4	3	21	4	4	4	4	4	20	4	5	3	4	3	3	22
66	4	4	3	4	4	4	23	4	4	4	4	4	20	4	4	3	5	4	3	23
67	5	4	4	4	5	5	27	4	4	4	4	4	20	5	2	5	4	4	5	25
68	4	4	4	4	5	4	25	4	4	4	4	4	20	5	3	5	5	3	2	23
69	5	5	5	5	4	5	29	4	4	4	4	4	20	5	5	4	3	4	3	24
70	4	4	4	4	4	3	23	4	4	4	4	4	20	5	5	5	5	5	5	30
71	4	4	4	3	4	4	23	4	4	2	4	2	16	4	3	4	2	2	3	18
72	3	3	4	4	5	4	23	4	3	5	3	2	17	4	5	3	4	3	2	21
73	3	3	3	4	3	3	19	3	2	2	3	4	14	4	4	3	4	4	3	22
74	4	4	4	4	4	4	24	3	3	3	3	3	15	5	2	4	3	5	2	21
75	5	4	4	4	4	4	25	5	5	5	5	4	24	4	4	3	4	3	2	20
76	5	5	5	5	5	4	29	3	3	3	3	3	15	5	4	4	3	5	3	24
77	5	4	5	4	4	3	25	4	4	2	3	2	15	3	4	4	5	3	3	22
78	5	4	5	3	5	4	26	3	4	3	3	2	15	5	4	5	5	2	1	22
79	3	5	3	4	4	5	24	3	3	4	2	3	15	4	3	5	4	3	3	22
80	5	5	5	4	5	5	29	3	5	4	4	5	21	5	5	4	2	3	4	23
81	5	5	4	5	5	5	29	3	5	4	2	2	16	4	5	3	5	4	3	24
82	5	4	5	3	5	4	26	4	3	3	4	2	16	5	5	5	5	5	5	30

83	4	4	3	4	4	3	22	5	3	4	5	4	21	5	5	3	2	4	1	20
84	4	3	4	4	5	2	22	4	3	5	4	4	20	3	4	2	5	3	2	19
85	4	5	5	4	5	5	28	5	4	5	3	5	22	4	5	4	5	4	3	25
86	5	4	4	4	5	4	26	5	5	5	5	4	24	4	3	4	4	2	5	22
87	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	25	5	4	5	5	2	3	24
88	4	4	3	3	3	3	20	4	4	3	3	4	18	3	3	4	2	3	1	16
89	3	5	3	5	5	5	26	5	5	5	5	5	25	5	4	4	2	5	3	23
90	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	3	19	4	2	4	3	4	2	19
91	4	3	4	3	3	3	20	4	3	3	3	3	16	4	3	4	4	4	3	22
92	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	20	5	5	5	5	5	4	29
93	5	5	4	3	4	3	24	2	2	4	3	3	14	3	5	4	4	4	3	23
94	4	4	5	4	4	4	25	4	3	4	3	4	18	3	3	2	5	2	3	18
95	4	4	4	4	4	4	24	4	3	4	3	4	18	3	3	2	5	2	1	16

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
M A T A R A M

Perpustakaan UIN Mataram

Lampiran 4
Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05 (1-45)

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	161	199	216	225	230	234	237	239	241	242	243	244	245	245	246
2	18.51	19.00	19.16	19.25	19.30	19.33	19.35	19.37	19.38	19.40	19.40	19.41	19.42	19.42	19.43
3	10.13	9.55	9.28	9.12	9.01	8.94	8.89	8.85	8.81	8.79	8.76	8.74	8.73	8.71	8.70
4	7.71	6.94	6.59	6.39	6.26	6.16	6.09	6.04	6.00	5.96	5.94	5.91	5.89	5.87	5.86
5	6.61	5.79	5.41	5.19	5.05	4.95	4.88	4.82	4.77	4.74	4.70	4.68	4.66	4.64	4.62
6	5.99	5.14	4.76	4.53	4.39	4.28	4.21	4.15	4.10	4.06	4.03	4.00	3.98	3.96	3.94
7	5.59	4.74	4.35	4.12	3.97	3.87	3.79	3.73	3.68	3.64	3.60	3.57	3.55	3.53	3.51
8	5.32	4.46	4.07	3.84	3.69	3.58	3.50	3.44	3.39	3.35	3.31	3.28	3.26	3.24	3.22
9	5.12	4.26	3.86	3.63	3.48	3.37	3.29	3.23	3.18	3.14	3.10	3.07	3.05	3.03	3.01
10	4.96	4.10	3.71	3.48	3.33	3.22	3.14	3.07	3.02	2.98	2.94	2.91	2.89	2.86	2.85
11	4.84	3.98	3.59	3.36	3.20	3.09	3.01	2.95	2.90	2.85	2.82	2.79	2.76	2.74	2.72
12	4.75	3.89	3.49	3.26	3.11	3.00	2.91	2.85	2.80	2.75	2.72	2.69	2.66	2.64	2.62
13	4.67	3.81	3.41	3.18	3.03	2.92	2.83	2.77	2.71	2.67	2.63	2.60	2.58	2.55	2.53
14	4.60	3.74	3.34	3.11	2.96	2.85	2.76	2.70	2.65	2.60	2.57	2.53	2.51	2.48	2.46
15	4.54	3.68	3.29	3.06	2.90	2.79	2.71	2.64	2.59	2.54	2.51	2.48	2.45	2.42	2.40
16	4.49	3.63	3.24	3.01	2.85	2.74	2.66	2.59	2.54	2.49	2.46	2.42	2.40	2.37	2.35
17	4.45	3.59	3.20	2.96	2.81	2.70	2.61	2.55	2.49	2.45	2.41	2.38	2.35	2.33	2.31
18	4.41	3.55	3.16	2.93	2.77	2.66	2.58	2.51	2.46	2.41	2.37	2.34	2.31	2.29	2.27
19	4.38	3.52	3.13	2.90	2.74	2.63	2.54	2.48	2.42	2.38	2.34	2.31	2.28	2.26	2.23
20	4.35	3.49	3.10	2.87	2.71	2.60	2.51	2.45	2.39	2.35	2.31	2.28	2.25	2.22	2.20
21	4.32	3.47	3.07	2.84	2.68	2.57	2.49	2.42	2.37	2.32	2.28	2.25	2.22	2.20	2.18
22	4.30	3.44	3.05	2.82	2.66	2.55	2.46	2.40	2.34	2.30	2.26	2.23	2.20	2.17	2.15
23	4.28	3.42	3.03	2.80	2.64	2.53	2.44	2.37	2.32	2.27	2.24	2.20	2.18	2.15	2.13
24	4.26	3.40	3.01	2.78	2.62	2.51	2.42	2.36	2.30	2.25	2.22	2.18	2.15	2.13	2.11
25	4.24	3.39	2.99	2.76	2.60	2.49	2.40	2.34	2.28	2.24	2.20	2.16	2.14	2.11	2.09
26	4.23	3.37	2.98	2.74	2.59	2.47	2.39	2.32	2.27	2.22	2.18	2.15	2.12	2.09	2.07
27	4.21	3.35	2.96	2.73	2.57	2.46	2.37	2.31	2.25	2.20	2.17	2.13	2.10	2.08	2.06
28	4.20	3.34	2.95	2.71	2.56	2.45	2.36	2.29	2.24	2.19	2.15	2.12	2.09	2.06	2.04
29	4.18	3.33	2.93	2.70	2.55	2.43	2.35	2.28	2.22	2.18	2.14	2.10	2.08	2.05	2.03
30	4.17	3.32	2.92	2.69	2.53	2.42	2.33	2.27	2.21	2.16	2.13	2.09	2.06	2.04	2.01
31	4.16	3.30	2.91	2.68	2.52	2.41	2.32	2.25	2.20	2.15	2.11	2.08	2.05	2.03	2.00
32	4.15	3.29	2.90	2.67	2.51	2.40	2.31	2.24	2.19	2.14	2.10	2.07	2.04	2.01	1.99
33	4.14	3.28	2.89	2.66	2.50	2.39	2.30	2.23	2.18	2.13	2.09	2.06	2.03	2.00	1.98
34	4.13	3.28	2.88	2.65	2.49	2.38	2.29	2.23	2.17	2.12	2.08	2.05	2.02	1.99	1.97
35	4.12	3.27	2.87	2.64	2.49	2.37	2.29	2.22	2.16	2.11	2.07	2.04	2.01	1.99	1.96
36	4.11	3.26	2.87	2.63	2.48	2.36	2.28	2.21	2.15	2.11	2.07	2.03	2.00	1.98	1.95
37	4.11	3.25	2.86	2.63	2.47	2.36	2.27	2.20	2.14	2.10	2.06	2.02	2.00	1.97	1.95
38	4.10	3.24	2.85	2.62	2.46	2.35	2.26	2.19	2.14	2.09	2.05	2.02	1.99	1.96	1.94
39	4.09	3.24	2.85	2.61	2.46	2.34	2.26	2.19	2.13	2.08	2.04	2.01	1.98	1.95	1.93
40	4.08	3.23	2.84	2.61	2.45	2.34	2.25	2.18	2.12	2.08	2.04	2.00	1.97	1.95	1.92
41	4.08	3.23	2.83	2.60	2.44	2.33	2.24	2.17	2.12	2.07	2.03	2.00	1.97	1.94	1.92
42	4.07	3.22	2.83	2.59	2.44	2.32	2.24	2.17	2.11	2.06	2.03	1.99	1.96	1.94	1.91
43	4.07	3.21	2.82	2.59	2.43	2.32	2.23	2.16	2.11	2.06	2.02	1.99	1.96	1.93	1.91
44	4.06	3.21	2.82	2.58	2.43	2.31	2.23	2.16	2.10	2.05	2.01	1.98	1.95	1.92	1.90
45	4.06	3.20	2.81	2.58	2.42	2.31	2.22	2.15	2.10	2.05	2.01	1.97	1.94	1.92	1.89

Lampiran 5
Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05 (45-90)

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
46	4.05	3.20	2.81	2.57	2.42	2.30	2.22	2.15	2.09	2.04	2.00	1.97	1.94	1.91	1.89
47	4.05	3.20	2.80	2.57	2.41	2.30	2.21	2.14	2.09	2.04	2.00	1.96	1.93	1.91	1.88
48	4.04	3.19	2.80	2.57	2.41	2.29	2.21	2.14	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
49	4.04	3.19	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
50	4.03	3.18	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.07	2.03	1.99	1.95	1.92	1.89	1.87
51	4.03	3.18	2.79	2.55	2.40	2.28	2.20	2.13	2.07	2.02	1.98	1.95	1.92	1.89	1.87
52	4.03	3.18	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.07	2.02	1.98	1.94	1.91	1.89	1.86
53	4.02	3.17	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
54	4.02	3.17	2.78	2.54	2.39	2.27	2.18	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
55	4.02	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.06	2.01	1.97	1.93	1.90	1.88	1.85
56	4.01	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
57	4.01	3.16	2.77	2.53	2.38	2.26	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
58	4.01	3.16	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.05	2.00	1.96	1.92	1.89	1.87	1.84
59	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.04	2.00	1.96	1.92	1.89	1.86	1.84
60	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.25	2.17	2.10	2.04	1.99	1.95	1.92	1.89	1.86	1.84
61	4.00	3.15	2.76	2.52	2.37	2.25	2.16	2.09	2.04	1.99	1.95	1.91	1.88	1.86	1.83
62	4.00	3.15	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.99	1.95	1.91	1.88	1.85	1.83
63	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
64	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.24	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
65	3.99	3.14	2.75	2.51	2.36	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.85	1.82
66	3.99	3.14	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.84	1.82
67	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.98	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
68	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
69	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.86	1.84	1.81
70	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.14	2.07	2.02	1.97	1.93	1.89	1.86	1.84	1.81
71	3.98	3.13	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.97	1.93	1.89	1.86	1.83	1.81
72	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
73	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
74	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.22	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.85	1.83	1.80
75	3.97	3.12	2.73	2.49	2.34	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.83	1.80
76	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
77	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
78	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.80
79	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.79
80	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.21	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.84	1.82	1.79
81	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.82	1.79
82	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
83	3.96	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
84	3.95	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
85	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
86	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.78
87	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.83	1.81	1.78
88	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.81	1.78
89	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
90	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78

Lampiran 6
Tabel r untuk df = 1-100

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066
38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896

41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843
42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791
43	0.2483	0.2940	0.3457	0.3801	0.4742
44	0.2455	0.2907	0.3420	0.3761	0.4694
45	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721	0.4647
46	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683	0.4601
47	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646	0.4557
48	0.2353	0.2787	0.3281	0.3610	0.4514
49	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575	0.4473
50	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542	0.4432
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430

88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211



Perpustakaan UIN Mataram

Lampiran 7
Titik Persentase Distribusi t (df = 1 – 80)

Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
df	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
1	1.00000	3.07768	6.31375	12.70620	31.82052	63.65674	318.30884
2	0.81650	1.88562	2.91999	4.30265	6.96456	9.92484	22.32712
3	0.76489	1.63774	2.35336	3.18245	4.54070	5.84091	10.21453
4	0.74070	1.53321	2.13185	2.77645	3.74695	4.60409	7.17318
5	0.72669	1.47588	2.01505	2.57058	3.36493	4.03214	5.89343
6	0.71756	1.43976	1.94318	2.44691	3.14267	3.70743	5.20763
7	0.71114	1.41492	1.89458	2.36462	2.99795	3.49948	4.78529
8	0.70639	1.39682	1.85955	2.30600	2.89646	3.35539	4.50079
9	0.70272	1.38303	1.83311	2.26216	2.82144	3.24984	4.29681
10	0.69981	1.37218	1.81246	2.22814	2.76377	3.16927	4.14370
11	0.69745	1.36343	1.79588	2.20099	2.71808	3.10581	4.02470
12	0.69548	1.35622	1.78229	2.17881	2.68100	3.05454	3.92963
13	0.69383	1.35017	1.77093	2.16037	2.65031	3.01228	3.85198
14	0.69242	1.34503	1.76131	2.14479	2.62449	2.97684	3.78739
15	0.69120	1.34061	1.75305	2.13145	2.60248	2.94671	3.73283
16	0.69013	1.33676	1.74588	2.11991	2.58349	2.92078	3.68615
17	0.68920	1.33338	1.73961	2.10982	2.56693	2.89823	3.64577
18	0.68836	1.33039	1.73406	2.10092	2.55238	2.87844	3.61048
19	0.68762	1.32773	1.72913	2.09302	2.53948	2.86093	3.57940
20	0.68695	1.32534	1.72472	2.08596	2.52798	2.84534	3.55181
21	0.68635	1.32319	1.72074	2.07961	2.51765	2.83136	3.52715
22	0.68581	1.32124	1.71714	2.07387	2.50832	2.81876	3.50499
23	0.68531	1.31946	1.71387	2.06866	2.49987	2.80734	3.48496
24	0.68485	1.31784	1.71088	2.06390	2.49216	2.79694	3.46678
25	0.68443	1.31635	1.70814	2.05954	2.48511	2.78744	3.45019
26	0.68404	1.31497	1.70562	2.05553	2.47863	2.77871	3.43500
27	0.68368	1.31370	1.70329	2.05183	2.47266	2.77068	3.42103
28	0.68335	1.31253	1.70113	2.04841	2.46714	2.76326	3.40816
29	0.68304	1.31143	1.69913	2.04523	2.46202	2.75639	3.39624
30	0.68276	1.31042	1.69726	2.04227	2.45726	2.75000	3.38518
31	0.68249	1.30946	1.69552	2.03951	2.45282	2.74404	3.37490
32	0.68223	1.30857	1.69389	2.03693	2.44868	2.73848	3.36531
33	0.68200	1.30774	1.69236	2.03452	2.44479	2.73328	3.35634
34	0.68177	1.30695	1.69092	2.03224	2.44115	2.72839	3.34793
35	0.68156	1.30621	1.68957	2.03011	2.43772	2.72381	3.34005
36	0.68137	1.30551	1.68830	2.02809	2.43449	2.71948	3.33262
37	0.68118	1.30485	1.68709	2.02619	2.43145	2.71541	3.32563
38	0.68100	1.30423	1.68595	2.02439	2.42857	2.71156	3.31903
39	0.68083	1.30364	1.68488	2.02269	2.42584	2.70791	3.31279
40	0.68067	1.30308	1.68385	2.02108	2.42326	2.70446	3.30688
41	0.68052	1.30254	1.68288	2.01954	2.42080	2.70118	3.30127
42	0.68038	1.30204	1.68195	2.01808	2.41847	2.69807	3.29595
43	0.68024	1.30155	1.68107	2.01669	2.41625	2.69510	3.29089
44	0.68011	1.30109	1.68023	2.01537	2.41413	2.69228	3.28607
45	0.67998	1.30065	1.67943	2.01410	2.41212	2.68959	3.28148
46	0.67986	1.30023	1.67866	2.01290	2.41019	2.68701	3.27710
47	0.67975	1.29982	1.67793	2.01174	2.40835	2.68456	3.27291

48	0.67964	1.29944	1.67722	2.01063	2.40658	2.68220	3.26891
49	0.67953	1.29907	1.67655	2.00958	2.40489	2.67995	3.26508
50	0.67943	1.29871	1.67591	2.00856	2.40327	2.67779	3.26141
51	0.67933	1.29837	1.67528	2.00758	2.40172	2.67572	3.25789
52	0.67924	1.29805	1.67469	2.00665	2.40022	2.67373	3.25451
53	0.67915	1.29773	1.67412	2.00575	2.39879	2.67182	3.25127
54	0.67906	1.29743	1.67356	2.00488	2.39741	2.66998	3.24815
55	0.67898	1.29713	1.67303	2.00404	2.39608	2.66822	3.24515
56	0.67890	1.29685	1.67252	2.00324	2.39480	2.66651	3.24226
57	0.67882	1.29658	1.67203	2.00247	2.39357	2.66487	3.23948
58	0.67874	1.29632	1.67155	2.00172	2.39238	2.66329	3.23680
59	0.67867	1.29607	1.67109	2.00100	2.39123	2.66176	3.23421
60	0.67860	1.29582	1.67065	2.00030	2.39012	2.66028	3.23171
61	0.67853	1.29558	1.67022	1.99962	2.38905	2.65886	3.22930
62	0.67847	1.29536	1.66980	1.99897	2.38801	2.65748	3.22696
63	0.67840	1.29513	1.66940	1.99834	2.38701	2.65615	3.22471
64	0.67834	1.29492	1.66901	1.99773	2.38604	2.65485	3.22253
65	0.67828	1.29471	1.66864	1.99714	2.38510	2.65360	3.22041
66	0.67823	1.29451	1.66827	1.99656	2.38419	2.65239	3.21837
67	0.67817	1.29432	1.66792	1.99601	2.38330	2.65122	3.21639
68	0.67811	1.29413	1.66757	1.99547	2.38245	2.65008	3.21446
69	0.67806	1.29394	1.66724	1.99495	2.38161	2.64898	3.21260
70	0.67801	1.29376	1.66691	1.99444	2.38081	2.64790	3.21079
71	0.67796	1.29359	1.66660	1.99394	2.38002	2.64686	3.20903
72	0.67791	1.29342	1.66629	1.99346	2.37926	2.64585	3.20733
73	0.67787	1.29326	1.66600	1.99300	2.37852	2.64487	3.20567
74	0.67782	1.29310	1.66571	1.99254	2.37780	2.64391	3.20406
75	0.67778	1.29294	1.66543	1.99210	2.37710	2.64298	3.20249
76	0.67773	1.29279	1.66515	1.99167	2.37642	2.64208	3.20096
77	0.67769	1.29264	1.66488	1.99125	2.37576	2.64120	3.19948
78	0.67765	1.29250	1.66462	1.99085	2.37511	2.64034	3.19804
79	0.67761	1.29236	1.66437	1.99045	2.37448	2.63950	3.19663
80	0.67757	1.29222	1.66412	1.99006	2.37387	2.63869	3.19526
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327