BAB V
ANALISIS DAN PEMBAHASAN

5.1 Analisis Deskriptif

5.1.1 Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi Angkatan 2020. Berikut merupakan deskripsi mengenai data responden yang terdiri dari jenis kelamin, usia dan Program Studi.

a. Responden berdasarkan jenis kelamin

Tabel 5.1 Responden berdasarkan jenis kelamin

Keterangan	Jumlah	Presentase (%)
Pria	160	66,7%
Wanita	80	33,3%
Total	**240**	**100%**

Sumber: Data diolah, 2024

Hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa sebanyak 160 responden berjenis kelamin Pria dengan persentase 66,7% dan sebanyak 80 responden berjenis kelamin Wanita dengan persentase 33,3% dari 240 responden.

b. Responden berdasarkan usia

Tabel 5.2 Responden berdasarkan usia

Kelompok Usia (Tahun)	Jumlah	Presentase (%)
20-21 Tahun	39	16,3%
22-23 Tahun	201	83,8%
Total	**240**	**100%**

Sumber: Data diolah, 2024

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebanyak 39 responden berusia 20-21 tahun atau sebesar 16,3% dan sebanyak 201 responden berusia 22-23 tahun dengan persentase 83,8%.

c. Responden berdasarkan Program Studi

Tabel 5.3 Responden berdasarkan Program Studi

Program Studi	Jumlah	Presentase (%)
Ekonomi Pembangunan	30	12,5%
Manajemen	46	19,2%
Akuntansi	111	46,3%

Ekonomi Islam	53	22,1%
Bisnis Digital	0	0%
Kewirausahaan	0	0%
Total	**240**	**100%**

Sumber: Data diolah, 2024

Hasil penelitian menunjukkan bahwa responden dari program studi Ekonomi Pembangunan sebanyak 30 responden atsu sebesar 12,5%, responden dari program studi Manajemen sebanyak 46 responden atau sebesar 19,2%, responden dari program studi akuntansi sebanyak 111 atau sebesar 46,3% dan dari program studi Ekonomi Islam sebanyak 53 atau sebesar 22,1%. Untuk program studi Bisnis digital dan Kewirausahaan tidak ada responden.

5.2 Statitik Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk menganalisis data berdasarkan atas hasil data yang diperoleh dari jawaban responden terhadap masing-masing indikator dalam kuesioner. Berikut adalah statistik deskriptif masing-masing variabel :

a. Literasi Keuangan Syariah (X_1)

Tabel 5.4 Hasil Jawaban Responden mengenai Literasi Keuangan Syariah

Literasi Keuangan Syariah (X_1)						
No	Daftar Pertanyaan	SS (%)	S (%)	KS (%)	TS (%)	STS (%)
		5	4	3	2	1
1	Saya memiliki pengetahuan tentang produk-produk perbankan syariah.	12,9	53,8	31,7	1,7	0
2	Saya mengerti perbedaan antara bank syariah dan bank konvensional.	41,3	37,9	16,3	4,2	0,4
3	Saya mampu memilih produk perbankan syariah yang sesuai dengan kebutuhan saya.	37,9	46,3	11,3	2,9	1,7
4	Saya mampu mengelola keuangan sesuai dengan prinsip syariah.	33,8	45	18,8	1,7	0,8
5	Saya merasa penting untuk menggunakan produk perbankan syariah dalam kehidupan sehari-hari.	28,7	52,9	16,3	1,7	0,4

6	Saya lebih memilih menggunakan produk keuangan syariah dibandingkan dengan produk keuangan konvensional	37,5	41,3	18,3	2,5	0,4
7	Saya percaya bahwa produk perbankan syariah lebih adil dan transparan dibandingkan dengan produk konvensional.	26,3	49,2	23,8	0,8	0
8	Saya percaya bahwa produk perbankan syariah sesuai dengan prinsip-prinsip islam.	35	51,7	11,7	1,3	0,4
Rata-rata		31,7%	47,3%	18,5%	2,1%	0,5%

Sumber: Data diolah, 2024

Hasil penelitian pada tabel diatas menunjukkan bahwa pada variabel Literasi Keuangan syariah, responden paling banyak menjawab "Setuju" yaitu sebesar 47,3%. Pertanyaan yang paling berpengaruh ditunjukkan oleh pertanyaan No.1 yaitu "Saya memiliki pengetahuan tentang produk-produk perbankan syariah" sebesar 53,8% yang menjawab "Setuju".

b. Motivasi

Tabel 5.5 Hasil Jawaban Responden mengenai Motivasi

Motivasi (X_2)						
No	Daftar Pertanyaan	SS (%)	S (%)	KS (%)	TS (%)	STS (%)
		5	4	3	2	1
1	Saya merasa tertarik untuk menggunakan produk perbankan syariah karena faktor keyakinan agama atau nilai-nilai keagamaan.	25	47,9	25,8	0,8	0,4
2	Saya merasa termotivasi untuk menggunakan produk perbankan syariah karena merasa aman dan nyaman.	32,5	52,9	12,9	1,7	0
3	Saya merasa tergerak secara emosional untuk menggunakan produk perbankan syariah karena merasa lebih sesuai dengan nilai-nilai moral dan etika	36,7	49,2	10,4	2,9	0,8
4	Saya merasa bangga menggunakan produk perbankan syariah karena mencerminkan identitas saya.	35	49,2	14,2	1,3	0,4

5	Saya merasa terdorong untuk menggunakan produk perbankan syariah karena kesadaran akan pentingnya mematuhi prinsip-prinsip syariah dalam aktivitas keuangan.	25,4	50,8	20,8	2,9	0
6	Pengetahuan saya tentang keuangan syariah membuat saya lebih sadar akan pentingnya memilih produk syariah.	35,8	48,8	13,8	1,3	0,4
7	Pengaruh keluarga dan teman mendorong saya untuk menggunakan produk perbankan syariah.	31,7	53,3	12,1	2,9	0
8	Saya menggunakan produk perbankan syariah karena lingkungan sosial atau budaya di sekitar anda mendukung atau mendorong penggunaan produk tersebut.	34,6	50,4	13,3	1,3	0,4
Rata-rata		32,1%	50,3%	15,4%	1,9%	0,3%

Sumber: Data diolah, 2024

Hasil penelitian pada tabel diatas menunjukkan bahwa pada variabel Motivasi, responden paling banyak menjawab "Setuju" yaitu sebesar 50,3%. Pertanyaan yang paling berpengaruh ditunjukkan oleh pertanyaan No.7 yaitu "Pengaruh keluarga dan teman mendorong saya untuk menggunakan produk perbankan syariah" sebesar 53,3% yang menjawab "Setuju".

c. Promosi

Tabel 5.6 Hasil Jawaban Responden mengenai Promosi

Promosi (X_3)						
No	Daftar Pertanyaan	SS (%)	S (%)	KS (%)	TS (%)	STS (%)
		5	4	3	2	1
1	Promosi produk perbankan syariah yang saya lihat menarik dan membuat saya tertarik untuk mencobanya.	20,4	50,4	27,5	1,3	0,4
2	Saya sering melihat promosi produk syariah yang ditujukan kepada mahasiswa.	32,5	52,9	12,1	1,7	0,8
3	Materi promosi produk syariah disajikan dengan cara yang menarik dan mudah dipahami.	37,1	48,8	12,9	1,3	0
4	Konten promosi produk syariah yang saya lihat sangat informatif dan membantu	30,8	54,6	13,3	1,3	0

	saya memahami manfaat produk tersebut.					
5	Promosi produk syariah yang saya lihat melalui media sosial efektif dalam menarik minat saya.	28,3	55	14,6	1,7	0,4
6	Saya lebih tertarik dengan promosi produk syariah yang disampaikan melalui kegiatan kampus seperti seminar atau workshop.	32,9	51,2	14,2	0,8	0,8
7	Desain grafis dan visual dalam promosi produk syariah sangat menarik dan membuat saya tertarik.	36,3	48,8	13,3	2,1	0,8
8	Penawaran khusus (seperti diskon atau bonus) dalam promosi produk syariah meningkatkan minat saya untuk menggunakan produk tersebut	34,6	49,6	13,3	2,5	0
9	Setelah melihat promosi, saya merasa lebih yakin bahwa produk syariah sesuai dengan nilai-nilai yang saya anut.	35	55	10	0	0
10	Promosi produk syariah yang saya lihat meningkatkan kepercayaan saya terhadap keunggulan produk syariah.	34,6	54,2	10,8	0,4	0
11	Saya memberikan umpan balik positif terhadap promosi produk syariah yang saya lihat.	33,8	52,1	12,9	0,8	0,4
12	Saya tertarik untuk mencoba produk syariah setelah melihat promosi yang dilakukan.	29,2	57,5	12,5	0,8	0
Rata-rata		32,1%	52,5%	14%	1,2%	0,3%

Sumber: Data diolah, 2024

Hasil penelitian pada tabel diatas menunjukkan bahwa pada variabel Promosi, responden paling banyak menjawab “Setuju” yaitu sebesar 52,5%. Pertanyaan yang paling berpengaruh ditunjukkan oleh pertanyaan No.12 yaitu “Saya tertarik untuk mencoba produk syariah setelah melihat promosi yang dilakukan” sebesar 57,5% yang menjawab “Setuju”.

d. Minat Menabung

Tabel 5.77 Hasil Jawaban Responden mengenai Minat Mahasiswa Menggunakan Produk Perbankan Syariah

Minat (Y)						
No	Daftar Pertanyaan	SS (%)	S (%)	KS (%)	TS (%)	STS (%)
		5	4	3	2	1
1	Saya terdorong secara pribadi untuk menggunakan perbankan syariah karena kepuasan batin.	24,2	46,3	25,8	2,9	0,8
2	Saya tertarik untuk menggunakan produk keuangan syariah.	33,8	55	10	0,8	0,4
3	Saya lebih tertarik menggunakan produk perbankan syariah karena banyak orang di sekitar saya yang menggunakannya.	32,9	52,9	11,7	2,5	0
4	Saya memiliki keinginan kuat untuk memilih produk syariah dibandingkan produk konvensional.	33,3	50,4	15	1,3	0
5	Keberadaan fasilitas dan kemudahan transaksi pada perbankan syariah mempengaruhi minat saya untuk menggunakannya.	34,2	53,8	12,1	0	0
6	Saya siap untuk beralih ke produk keuangan syariah dalam waktu dekat.	33,6	55,5	10,5	0,4	0
Rata-rata		32%	52,3%	14,2%	1%	0,2%

Sumber: Data diolah, 2024

Hasil penelitian pada tabel diatas menunjukkan bahwa pada variabel Minat, responden paling banyak menjawab “Setuju” yaitu sebesar 52,3%. Pertanyaan yang paling berpengaruh ditunjukkan oleh pertanyaan No.6 yaitu “Saya siap untuk beralih ke produk keuangan syariah dalam waktu dekat” sebesar 55,5% yang menjawab “Setuju”.

5.3 Uji Instrumen

5.3.1 Uji Validitas

Dalam penelitian ini melakukan penyebaran kuesioner 240 responden. Masing-masing kuesioner memiliki 34 butir pertanyaan yang diuji menggunakan SPSS. Didapatkan hasil uji validitas data sebagai berikut :

Tabel 5.8 Uji Validitas Hasil Penelitian

Item	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Literasi Kuangan Syariah (X1)			
X1.1	0,535	0,1267	**Valid**
X1.2	0,707	0,1267	**Valid**
X1.3	0,499	0,1267	**Valid**
X1.4	0,575	0,1267	**Valid**
X1.5	0,602	0,1267	**Valid**
X1.6	0,568	0,1267	**Valid**
X1.7	0,524	0,1267	**Valid**
X1.8	0,477	0,1267	**Valid**
Motivasi (X2)			
X2.1	0,551	0,1267	**Valid**
X2.2	0,679	0,1267	**Valid**
X2.3	0,535	0,1267	**Valid**
X2.4	0,545	0,1267	**Valid**
X2.5	0,639	0,1267	**Valid**
X2.6	0,602	0,1267	**Valid**
X2.7	0,567	0,1267	**Valid**
X2.8	0,569	0,1267	**Valid**
Promosi (X3)			
X3.1	0,610	0,1267	**Valid**
X3.2	0,630	0,1267	**Valid**
X3.3	0,531	0,1267	**Valid**
X3.4	0,488	0,1267	**Valid**
X3.5	0,588	0,1267	**Valid**
X3.6	0,516	0,1267	**Valid**
X3.7	0,602	0,1267	**Valid**
X3.8	0,560	0,1267	**Valid**
X3.9	0,516	0,1267	**Valid**
X3.10	0,524	0,1267	**Valid**
X3.11	0,601	0,1267	**Valid**
X3.12	0,482	0,1267	**Valid**

Minat (Y)			
Y1	0,640	0,1267	**Valid**
Y2	0,550	0,1267	**Valid**
Y3	0,517	0,1267	**Valid**
Y4	0,637	0,1267	**Valid**
Y5	0,546	0,1267	**Valid**
Y6	0,555	0,1267	**Valid**

Sumber: Data diolah dengan SPSS, 2024

Hasil uji validitas data bisa dilihat dari nilai r hitung lebih besar dibanding nilai r tabel yaitu sebesar 0,1267. Berdasarkan hal tersebut, semua pertanyaan tersebut dinyatakan valid.

5.3.2 Uji Reabilitas

Uji Reliabilitas ialah alat buat mengukur sesuatu kuesioner yang merupakan iindikator dari variabel ataupun konstruk (Ghozali, 2018). Uji reliabilitas dicoba dengan pengujian statistik *Cronbach Alpha*, dengan syarat variabel yang dikatakan reliabel merupakan nilai Cronbach Alpha di atas 0,6. Berikut tabel hasil dari uji reabilitas.

Tabel 5.9 Uji Reabilitas Hasil Penelitian

Variabel	*Cronbach's Alpha*	*N of Items*	Keterangan
X1	0,784	8	**Reliabel**
X2	0,730	8	**Reliabel**
X3	0,796	12	**Reliabel**
Y	0,601	6	**Reliabel**

Sumber: Data diolah dengan SPSS, 2024

Hasil uji reabilitas diatas menunjukkan nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,6. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pertanyaan dalam kuesioner ini dinyatakan reliabel.

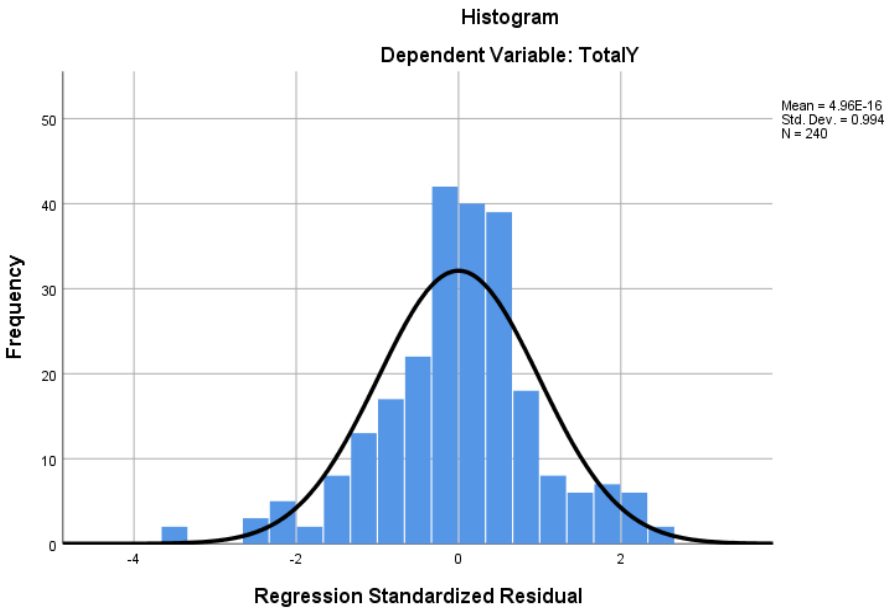
5.4 Uji Asumsi Klasik

5.4.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan buat menguji apakah dalam model regresi, variabel penganggu ataupun residual mempunyai distribusi normal (Ghozali, 2018). Model regresi yang baik mempunyai distribusi data yang normal ataupun mendekati normal ialah distribusi tidak menyimpang ke kiri ataupun ke kanan

(kurva normal). Pengujian normalitas data memakai uji *Kolmogorov-Smirnov* dalam program aplikasi SPSS dengan taraf probabilitas (sig) 0,05. Kriteria pengujian uji *Kolmogorov-Smirnov* merupakan nilai probabilitas (sig) > 0,05, sehingga data berdistribusi normal, sebaliknya nilai probabilitas (sig) < 0,05, sehingga data tidak berdistribusi normal.

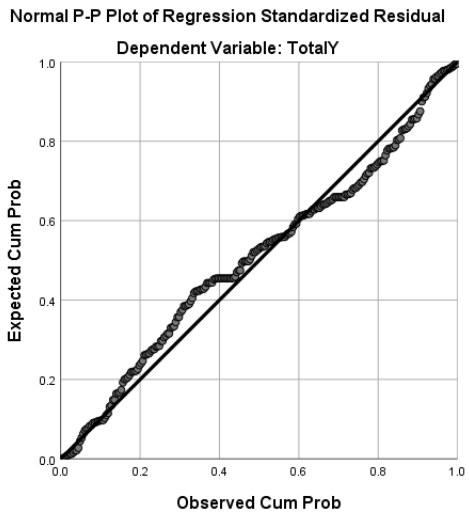
Gambar 5.1 Uji Normalitas Histogram



Sumber: Data diolah dengan SPSS, 2024

Histrogram regression standartresidual membentuk kurva semacam lonceng dan berbentuk simetris. Sehingga data tersebut dikatakan normal. Untuk mengetahui normalitas data selain menggunakan histrogram grafik dapat menggunakan P=plot.

Gambar 5.2 Uji Normalitas Menggunakan P=plot



Sumber: Data diolah dengan SPSS, 2024

Hasil uji menggunakan P=plot, titik-titik menyebar disekitaran garis diagonal serta menandakan bahwa model asumsi regresi memenuhi asumsi normalitas dan model regresi.

Tabel 5.10 Uji normalitas *One Sample Kolmograf-Smirnov*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

			Unstandardized Residual
N			240
Normal Parameters[a,b]	Mean		.0000000
	Std. Deviation		1.58034306
Most Extreme Differences	Absolute		.084
	Positive		.064
	Negative		-.084
Test Statistic			.084
Asymp. Sig. (2-tailed)			.000[c]
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.		.066[d]
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.059
		Upper Bound	.072

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 299883525.

Sumber: Data diolah dengan SPSS, 2024

Hasil pengujian *kolmogorov-smirnov* menunjukan nilai signifikansi sebesar 0,066. Hal tersebut menunjukan bahwa data telah terdistribusi dengan normal karena nilai signifikansi > 0,05.

5.4.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas bertujuan buat menguji apakah ditemui terdapatnya korelasi antar variabel independen ataupun bebas. Menurut (Ghozali, 2018) tujuan uji multikolinearitas merupakan buat menguji apakah model regresi ditemui terdapatnya korelasi antara variabel bebas. Model regersi yang baik mempunyai model yang didalamnya tidak terjadi kolerasi diantara variabel independen. Uji multikolinearitas dilihat dari nilai *tolerance* serta *Variance Inflation Factor* (VIF). Apabila nilai VIF < 10, berarti tidak ada multikolonieritas. Bila nilai VIF > 10 sehingga ada multikolonieritas dalam data.

Tabel 5.11 Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients[a]

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	TotalX1	.460	2.175
	TotalX2	.477	2.096
	TotalX3	.528	1.895

a. Dependent Variable: TotalY

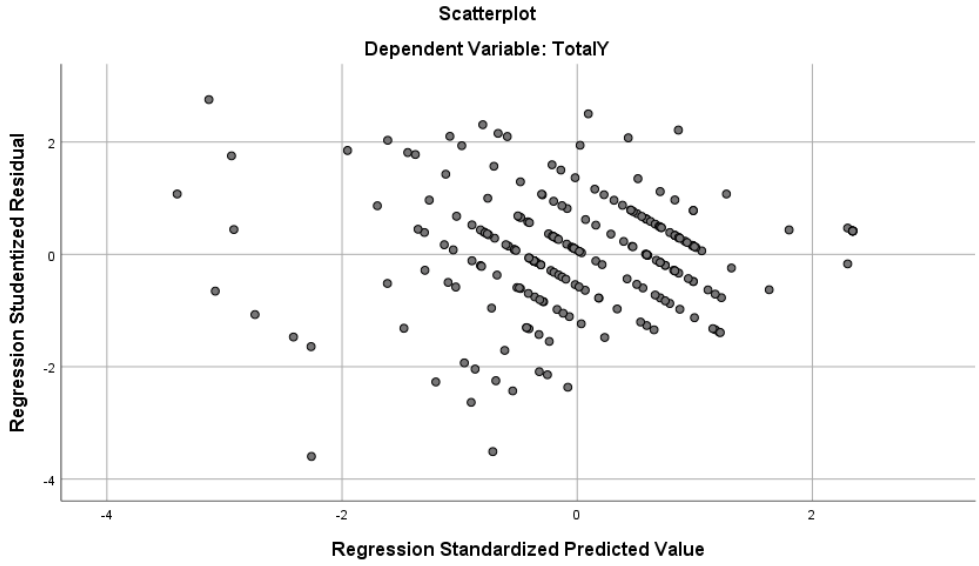
Sumber: Data diolah dengan SPSS, 2024

Hasil perhitungan setiap variabel independen mempunyai VIF < 10, untuk variabel Literasi Keuangan Syariah sebesar 2.175 variabel Motivasi sebesar 2.096 dan variabel Promosi sebesar 1.895. Nilai *Tolerance* pada masing-masing variabel > 0,1 yaitu variabel Literasi Keuangan Syariah sebesar 0.460, variabel Motivasi sebesar 0.477, dan variabel Promosi sebesar 0.528. Maka dapat dikatakan bahwa model regresi linier berganda tidak terdapat multikolinieritas antara variabel dependen dengan variabel independen yang lain sehingga dapat digunakan dalam penelitian.

5.4.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteros-kedastisitas bertujuan buat mengenali apakah dalam suatu model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain (Ghozali, 2018). Uji heteroskedastisitas buat menguji terjadi atau tidaknya heteroskedastisitas sehingga dilihat dari nilai koefisien korelasi *Rank Spearman* antara masing- masing variabel bebas dengan variabel penganggu. Apabila nilai probabilitas (sig) > dari 0,05 sehingga tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2018). Berikut gambar uji heteroskedastisitas.

Gambar 5.3 Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data diolah dengan SPSS, 2024

Hasil uji heteroskedastisitas, dapat dilihat titik-titik tersebut menyebar secara acak tidak membentuk pola yang jelas. Perihal ini bisa disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedasitas pada model regresi sehingga model regresi layak digunakan untuk memprediksi Minat Mahasiswa Menggunakan Produk Perbankan Syariah.

5.5 Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Penelitian ini memakai model analisis regresi linier berganda untuk pembuktian hipotesis penelitian. Dari analisis regresi yang dilakukan, disajikan output nya secara lengkap dalam tabel sebagai berikut :

Tabel 5.12 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	3.523	1.163		3.028	.003
	TotalX1	.081	.043	.116	1.887	.060
	TotalX2	.237	.042	.337	5.609	.000
	TotalX3	.218	.030	.418	7.312	.000

a. Dependent Variable: TotalY

Sumber: Data diolah dengan SPSS, 2024

Hasil persamaan umum dari regresi linear berganda yang diperoleh adalah:

Y = a + b_1X_1+ b_2X_2 + b3x3 + *e*

Y = 3.523 + 0.082X_1 + 0.237X_2 + 0.218X_3 + *e*

Y = Minat Mahasiswa Menggunakan Produk Perbankan Syariah
X_1 = Literasi Keuangan
X_2 = Motivasi
X_3 = Promosi
a = Konstanta
b = Koefisien *Variable Independent*
e = Std *Error*

Hasil pengujian regresi linier berganda terdapat persamaan yang menunujukan jika koefisien regresi dari variabel bebas (b1,b2,b3,) bertanda positif hal ini berarti bahwa bila variabel Literasi Keuangan Syariah, Motivasi dan Promosi terpenuhi mengakibatkan variabel Minat Mahasiswa Menggunakan Produk Perbankan Syariah semakin meningkat dan sebaliknya jika bertanda negatif maka variabel Literasi Keuangan Syariah, Motivasi dan Promosi tidak terpenuhi akan mengakibatkan variabel Minat semakin menurun. Dari persamaan di atas dapat dijelaskan bahwa:

b. Nilai konstanta persamaan linier menunjukan angka 3.523, hal ini berarti apabila nilai variabel yang terdiri dari Literasi Keuangan Syariah, Motivasi dan Promosi konstan atau tetap, maka variabel minat meningkat sebesar 3.523.
c. Nilai koefisien regresi Literasi Keuangan Syariah (b1) sebesar 0.082 menunjukan bahwa jika variabel Literasi Keuangan Syariah meningkat sebesar 1%, maka minat meningkat sebesar 0.082.
d. Nilai koefisien regresi Motivasi (b2) sebesar 0.237 menunjukan bahwa jika variabel Motivasi meningkat sebesar 1%, maka minat meningkat sebesar 0.237.
e. Nilai koefisien regresi Promosi (b3) sebesar 0.218 menunjukan bahwa jika variabel Promosi meningkat sebesar 1%, maka minat meningkat sebesar 0.218.

5.6 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen, adapun hasil pengujiannya adalah sebagai berikut :

5.6.1 Uji Parsial (Uji t)

Uji statistik t dimaksudkan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat yang menghasilkan kesimpulan berdasarkan hasil perhitungan uji t, yaitu jika t hitung < t tabel maka H_0 diterima dan H_a ditolak, jika t hitung > t tabel maka H_o ditolak dan H_a diterima. Pada penelititan ini diketahui t tabel sebesar 1,969.

Tabel 5.13 Hasil Uji Parsial (Uji t)

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.523	1.163		3.028	.003
	TotalX1	.081	.043	.116	1.887	.060
	TotalX2	.237	.042	.337	5.609	.000
	TotalX3	.218	.030	.418	7.312	.000

a. Dependent Variable: TotalY

Sumber: Data diolah dengan SPSS, 2024

Untuk mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial (individual) terhadap variabel dependen adalah sebagai berikut :

a. Menguji Pengaruh Variabel Literasi Keuangan Syariah (X1) terhadap Minat (Y)

Diketahui bahwa koefisien variabel Literasi Keuangan Syariah mempunyai nilai t_{hitung} (1,887) < t_{tabel} (1,969) dengan nilai sigifikansi sebesar 0,060 > 0,05. Sehingga bisa disimpulkan bahwa variabel Literasi Keuangan Syariah tidak berpengaruh terhadap variabel Minat secara parsial.

b. Menguji Pengaruh Variabel Motivasi (X2) terhadap Minat (Y)

Diketahui bahwa koefisien variabel Motivasi mempunyai nilai t_{hitung}

(5,609) > t_{tabel} (1,969) dengan nilai sigifikansi sebesar 0,000 < 0,05. Sehingga bisa disimpulkan bahwa variabel Motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Minat secara parsial.

c. Menguji Pengaruh Variabel Promosi (X2) terhadap Minat (Y)

Diketahui bahwa koefisien variabel Promosi mempunyai nilai t_{hitung} (7,312) > t_{tabel} (1,969) dengan nilai sigifikansi sebesar 0,000 < 0,05. Sehingga bisa disimpulkan bahwa variabel Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Minat secara parsial.

5.6.2 Uji Simultan (Uji f)

Dalam penelitian ini uji simultan bertujuan buat mengetahui apakah seluruh variabel bebas berpengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Pada penelititan ini diketahui f tabel sebesar 2,643.

Tabel 5.14 Hasil Uji Simultan (Uji f)

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	867.835	3	289.278	114.374	.000[b]
	Residual	596.899	236	2.529		
	Total	1464.733	239			

a. Dependent Variable: TotalY

b. Predictors: (Constant), TotalX3, TotalX2, TotalX1

Sumber: Data diolah dengan SPSS, 2024

Hasil uji f diatas, bisa dilihat F_{hitung} sebesar 114.374 > 2.643 yang berarti nilai tersebut lebih besar dari F_{tabel} yang ditetapkan. Sedangkan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05 lebih kecil dari nilai yang ditetapkan yaitu 0.05. Hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa Literasi Keuangan Syariah, Motivasi dan Promosi secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap minat Mahasiswa Menggunakan Produk Perbankan Syariah.

5.6.3 Uji Koefisien Determminasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti

kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Tabel 5.15 Hasil Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.770[a]	.592	.587	1.590

a. Predictors: (Constant), TotalX3, TotalX2, TotalX1

b. Dependent Variable: TotalY

Sumber: Data diolah dengan SPSS, 2024

Hasil Uji R^2 diketahui bahwa besar (R^2) adalah 0,592. Hal ini menunjukan bahwa variabel independen (Literasi Keuangan Syariah, Motivasi dan Promosi) hanya dapat menjelaskan 59,2% terhadap variabel dependen (Minat Menabung). Sedangkan sisanya sebesar 40,8% (100% - 59,2%) dijelaskan atau di pengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

5.7 Pembahasan

Berdasarkan pengujian hipotesis hasil penelitian yang telah dilakukan untuk mengetahui pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Motivasi dan Promosi terhadap Minat Menabung di Bank Syariah akan dijabarkan sebagai berikut :

1. Pengaruh secara parsial

a. Literasi Keuangan Syariah

Penelitian ini menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh antara variabel Literasi Keuangan Syariah terhadap Minat Mahasiswa Menggunakan Produk Perbankan Syariah secara parsial. Diketahui bahwa koefisien variabel Literasi Keuangan Syariah mempunyai nilai t_{hitung} (1,887) < t_{tabel} (1,969) dengan nilai sigifikansi sebesar 0,060 > 0,05. Sehingga bisa disimpulkan bahwa Hipotesis kedua (H_2) ditolak.

Hasil ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh

Mulyaningtyas et.al., (2020), Adiyanto & Purnomo (2021), Candera *et al.*, (2020) Erika Firdiana & Husnul Fikriya (2021) serta Tegupelasuri *et al.*, (2021) yang menyatakan bahwa variabel Literasi Keuangan Syariah berpengaruh secara signifikan terhadap Minat Mahasiswa Menggunakan Produk Perbankan Syariah.

Namun, hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Triani, (2017), Puji & Hakim (2021) yang menyatakan bahwa Literasi Keuangan Syariah tidak berpengaruh terhadap Minat Mahasiswa Menggunakan Produk Perbankan Syariah. Rendahnya literasi keuangan syariah pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi ini dibuktikan dengan hasil jawaban mereka pada kuesioner yg dibagikan oleh peneliti. Banyak mahasiswa yang menjawab "Kurang Setuju" bahkan "Sangat Tidak Setuju" untuk pertanyaan variabel literasi keuangan syariah. Seperti pertanyaan No.1, yaitu "Saya memiliki pengetahuan tentang produk-produk perbankan Syariah" banyak mahasiswa menjawab "Kurang Setuju".

Implikasi adalah ketika seseorang memiliki literasi keuangan yang rendah, maka cenderung minat untuk menabung dibank syariah juga sangat rendah. Dalam riset ini, diketahui jika tingkat pemahaman keuangan syariah pada mahasiswa sangat rendah sekali. Hal tersebut bisa terjadi karena minimnya pemahaman seseorang mengenai pengelolaan keuangan pribadinya dan juga faktor lain yang menyebabkan rendahnya tingkat literasi keangan syariah di kalangan mahasiswa. Pemahaman mengenai jenis jenis produk dan akad yang terdapat dalam perbankan syariah menjadi salah satu diantara faktor yang menyebabkan rendahnya literasi keuangan syariah mahasiswa.

Dalam beberapa penelitian, literasi keuangan syariah ternyata tidak selalu berdampak signifikan terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan produk perbankan syariah. Beberapa faktor yang menjelaskan fenomena ini adalah:

1. Tingkat Kepercayaan Terhadap Bank Syariah**:** Mahasiswa, meski memahami konsep keuangan syariah, masih ragu-ragu tentang keamanan dan manfaat yang ditawarkan bank syariah dibandingkan dengan bank konvensional. Persepsi bahwa bank syariah belum sepenuhnya bebas riba dan kurangnya pengalaman langsung menghambat ketertarikan mereka (Suwandari *et al.*,

2024).

2. Aspek Non-Finansial yang Lebih Dominan**:** Beberapa penelitian menunjukan bahwa faktor seperti religiusitas atau nilai-nilai agama berperan lebih besar dibanding literasi keuangan syariah itu sendiri dalam membangkitkan minat mahasiswa untuk menggunakan layanan perbankan syariah. Literasi keuangan tanpa dukungan motivasi atau nilai-nilai religius seringkali tidak cukup untuk mempengaruhi keputusan finansial mereka (Fauzi & Murniawaty, 2020).
3. Kurangnya Promosi yang Tepat: Banyak mahasiswa kurang mendapat informasi yang efektif tentang produk dan keuntungan bank syariah. Tanpa promosi yang menarik dan edukasi yang menyeluruh, literasi keuangan syariah tidak cukup kuat untuk membentuk minat konkret dalam memilih produk syariah. Penelitian menunjukkan bahwa promosi memainkan peran penting dalam memperkenalkan dan menumbuhkan kepercayaan terhadap produk bank syariah (Adiyanto & Purnomo, 2021).

b. Motivasi

Penelitian ini menunjukan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel motivasi terhadap minat menabung secara parsial. Diketahui bahwa koefisien variabel Motivasi mempunyai nilai t_{hitung} (5,609) > t_{tabel} (1,969) dengan nilai sigifikansi sebesar 0,000 < 0,05. Sehingga bisa disimpulkan bahwa Hipotesis ketiga (H_3) diterima.

Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mayasari *et al.*, (2017) Fatimah & Zariah (2022), Busriadi *et al.*, (2021) yang menyatakan bahwa varriabel Motivasi berpengaruh secara sigmifikan terhadap Minat Mahasiswa Menggunakan Produk Perbankan Syariah.

Motivasi sebagai bentuk kekuatan atau dorongan dari dalam diri individu yang memaksa seseorang untuk melakukan tindakan. Munculnya motivasi yang tinggi terhadap objek tertentu, maka itu akan menjadi dorongan yang cukup kuat untuk seseorang menggunakan suatu produk dan jasa tertentu. Sebaliknya jika seseorang dengan motivasi yang rendah, maka orang tersebut akan memiliki kecenderungan untuk mencoba menghindari produk atau jasa tersebut. Hal ini akan memberikan dampak dari segi pemasaran timbul berupa kemungkinan orang

tersebut berminat untuk membeli atau tidak produk atau merk yang ditawarkan pemasaran (Septiawan *et al.,* 2021)

Dengan demikian dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi motivasi atau dorongan dari diri sendiri, maka minat mahasiswa FEB dalam menggunakan jasa perbankan syariah juga semakin tinggi atau meningkat. Begitu pula sebaliknya jika motivasi atau dorongan dari dalam diri sendiri tidak ada, maka minat mahasiswa FEB dalam menggunakan jasa perbankan syariah juga akan rendah.

c. Promosi

Penelitian ini menunjukan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel Promosi terhadap Minat Menabung secara parsial. Diketahui bahwa koefisien variabel Promosi mempunyai nilai t_{hitung} (7,312) > t_{tabel} (1,969) dengan nilai sigifikansi sebesar 0,000 < 0,05. Sehingga bisa disimpulkan bahwa Hipotesis keempat (H_4) diterima.

Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Aziz & Hendrastyo (2019) Citrawati *et al*., (2021) dan Nurika et.al., (2021) yang menyatakan bahwa variabel Promosi berpengaruh secara signifikan terhadap Minat Mahasiswa Menggunakan Produk Perbankan Syariah.

Promosi memiliki peranan penting untuk menyampaikan informasi mengenai produk bank Syariah khususnya tabungan sehingga minat mahasiswa untuk menggunakan jasa perbankan syariah dapat bertambah apabila promosi yang dilakukan dapat terlaksana dan berjalan dengan baik. Promosi adalah kombinasi strategi yang paling baik dari variabel- variable periklanan, penjualan personal, dan sebagainya yang semuanya itu direncanakan untuk mencapai tujuan program penjualan (Malik *et al.,* 2021).

Promosi yang dilakukan oleh bank syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa untuk menabung artinya semakin giatnya bank syariah dalam melakukan promosi maka akan meningkatkan minat mahasiswa untuk menggunakan jasa perbankan syariah.

2. Pengaruh secara simultan

Berdasarkan hasil uji f, nilai yang diperoleh yaitu sebesar 114.374,

sedangkan nilai f tabel sebesar 2.643. Maka dapat diketahui nilai f hitung 114.374 > f tabel 2.643 dengan tingkat signifikansi 0,000 < 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Literasi Keuangan Syariah, Motivasi dan Promosi secara simultan atau bersama-sama memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Minat Mahasiswa Menggunakan Produk Perbankan Syariah.