

**PENGARUH PENGETAHUAN PRODUK DAN LOKASI TERHADAP
MINAT MENJADI NASABAH DI BANK SYARIAH DENGAN
PERSEPSI GENERASI MILENIAL SEBAGAI
VARIABEL MODERATING**



SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Dalam Bidang Perbankan Syariah*

Oleh:

NARTY YULIANI DONGORAN

NIM. 17 401 00357

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN
2024**

**PENGARUH PENGETAHUAN PRODUK DAN LOKASI TERHADAP
MINAT MENJADI NASABAH DI BANK SYARIAH DENGAN
PERSEPSI GENERASI MILENIAL SEBAGAI
VARIABEL MODERATING**



SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Dalam Bidang Perbankan Syariah*

Oleh:

NARTY YULIANI DONGORAN

NIM. 17 401 00357

PEMBIMBING I

(Signature)
Dr. Abdul Nasyer Hasibuan, S.E., M.Si
NIP. 19790525 200604 1 004

PEMBIMBING II

(Signature)
H. Ali Hardana, S.Pd., M.Si
NIDN. 2013018301

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN**

2024

Hal: Lampiran Skripsi
a.n. Narty Yuliani Dongoran

Padangsidempuan, 19 Desember 2023

Kepada Yth:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam
UIN SYAHADA Padangsidempuan
di- Padangsidempuan

Assalamu'alaikum Warahmatullah Wabarakatuh

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. Narty Yuliani Dongoran yang berjudul **“Pengaruh Pengetahuan Produk Dan Lokasi Terhadap Minat Menjadi Nasabah Di Bank Syariah Dengan Persepsi Generasi Milenial Sebagai Variabel Moderating”**. Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SYAHADA Padangsidempuan.

Seiring dengan hal diatas, maka saudari tersebut sudah dapat menjalani sidang munaqasyah untuk mempertanggungjawabkan skripsi ini.

Demikian kami sampaikan atas perhatian dan kerjasama dari Bapak, kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullah Wabarakatuh

PEMBIMBING I



Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E., M. Si
NIP. 19790525 200604 1 004

PEMBIMBING II



H. Ali Hardana, S.Pd., M.Si
NIDN. 2013018301

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, bahwa saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Narty Yuliani Dongoran
NIM : 17 401 00357
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Pengetahuan Produk Dank Lokasi Terhadap Minat Menjadi Nasabah Di Bank Syariah Dengan Persepsi Generasi Milenial Sebagai Variabel Moderating

Dengan ini menyatakan bahwa saya telah menyusun skripsi ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan Kode Etik Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan pasal 14 ayat 11 tahun 2014.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam Pasal 19 Ayat 4 Tahun 2014 tentang Kode Etik Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidempuan, 19 Desember 2023
Saya Yang Menyatakan,



Narty Yuliani Dongoran
NIM. 17 401 00357

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai civitas akademika Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Ad-Darry Padangsidempuan. Saya yang bertandatangan dibawah ini

Nama : Narty Yuliani Dongoran
Nim : 17 401 00357
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Ad-Darry Padangsidempuan Hak Bebas *Royalti Non eksklusif (Non Exclusive Royalty Free Right)* atas karya Ilmiah saya yang berjudul **“ Pengaruh Pengetahuan Produk Dan Lokasi Terhadap Minat Menjadi Nasabah Di Bank Syariah Dengan Persepsi Generasi Milenial Sebagai Variabel Moderating ,”**. Dengan Hak Bebas *Royalti Noneksklusif* ini Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Ad-Darry Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih media/memformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir Saya selama tetap mencantumkan nama Saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidempuan
Pada tanggal : 19 Desember 2023
Yang Menyatakan,



Narty Yuliani Dongoran
NIM. 17 401 00357



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. T. Rizal Nordin KM. 4,5 Silitang, Padangsidempuan 22733
Telephone (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Nama : Narty Yuliani Dongoran
NIM : 17 401 00357
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Pengetahuan Produk Dan Lokasi Terhadap Minat Menjadi Nasabah Di Bank Syariah Dengan Persepsi Generasi Milenial Sebagai Variabel Moderating

Ketua

Dr. Abdul Nasser Hasibuan, SE., M.Si
NIDN. 2025057902

Sekretaris

Windari, SE.,M.A.
NIDN. 2010058301

Anggota

Dr. Abdul Nasser Hasibuan, SE.,M.Si
NIDN. 2025057902

Windari, SE.,M.A.
NIDN. 2010058301

Idris Saleh, S.E.I.,M.E
NIDN. 2009109301

Muhammad Isa, ST.,MM
NIDN. 2005068002

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di : Padangsidempuan
Hari/Tanggal : Kamis/ 24 Januari 2024
Pukul : 10.30 – 12.00 WIB
Hasil/Nilai : Lulus/ 68,75 (C)



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang, Padangsidempuan 22733
Telepon. (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Pengetahuan Produk Dan Lokasi Terhadap Minat Menjadi Nasabah Di Bank Syariah Dengan Persepsi Generasi Milenial Sebagai Variabel Moderating
Nama : Narty Yuliani Dongoran
NIM : 1740100357

Telah dapat diterima untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Bidang Perbankan Syariah

Padangsidempuan, 13 Maret 2024
Dekan,

Prof. Dr. Darwis Harahap, S. H.I., M.Si.
NIP. 19780818 200901 1 015

ABSTRAK

Nama : Narty Yuliani Dongoran
NIM : 1740100357
Judul Skripsi : Pengaruh Pengetahuan Produk dan Lokasi Terhadap Minat Menjadi Nasabah di Bank Syariah Dengan Persepsi Generasi Milenial Sebagai Variabel Moderating

Bank syariah adalah bank yang kegiatannya mengacu pada hukum islam, dan dalam kegiatannya tidak membebankan bunga, maupun tidak membayar kepada nasabah. Imbalan yang diterima oleh bank syariah, maupun yang dibayar kepada nasabah tergantung dari akad dan perjanjian antara nasabah dan bank. Pada mahasiswa prodi perbankan syariah uin syahada padangsidempuan untuk menjadi nasabah di bank syariah masih rendah. Rendahnya minat mahasiswa ini berdasarkan dari hasil survey awal yang dilakukan peneliti terhadap 20 orang mahasiswa prodi perbankan syariah terdapat 5 orang yang menjadi nasabah bank syariah. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui adakah pengaruh pengetahuan produk terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah, untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah, untuk mengetahui pengaruh secara simultan pengetahuan produk dan lokasi terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah, untuk mengetahui apakah ada pengaruh pengetahuan mahasiswa tentang produk-produk bank syariah, untuk menganalisis pengaruh pengetahuan produk dan lokasi terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah dengan persepsi generalisasi milenial sebagai variabel moderating, untuk mengetahui pengaruh pengetahuan produk dan lokasi terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah pada generasi milenial. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kuantitatif yang merupakan metode penelitian, yang menggunakan angka dan statistik dalam pengumpulan serta analisis data yang dapat di ukur. Yang menjadi populasi dalam penelitian ini yaitu mahasiswa prodi perbankan syariah angkatan 2019,2020 dan 2021 yang berjumlah keseluruhan 527 dengan tehnik pengambilan sampel yaitu nonprobability sampling dengan jumlah sampel 84 mahasiswa. Dari hasil penelitian yang di peroleh terdapat pengaruh pengetahuan produk-produk secara parsial dan simultan, dan lokasi terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah persepsi generasi milenial sebagai variabel moderating, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh pengetahuan produk dan lokasi terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah persepsi generasi milenial sebagai variabel moderating. Studi kasus pada mahasiswa prodi perbankan syariah di uin syahada padangsidempuan.

Kata Kunci : Pengetahuan Produk, Lokasi, Minat Menjadi Nasabah

ABSTRACT

Nama : Narty Yuliani Dongoran
Reg. Number : 1740100357
Thesis Title : **The Influence of Product and Location Knowledge on Becoming a Customer at a Sharia Bank with Perceptions of the Millennial Generation as a Moderating Variable**

Sharia banks are banks whose activities refer to Islamic law, and in their activities do not charge interest, nor do they make payments to customers. The rewards received by Islamic banks, as well as those paid to customers, depend on the contract and agreement between the customer and the bank. For sharia banking study program students at UIN Syahada Padangsidimp, the ability to become customers at sharia banks is still low. The low interest of students is based on the results of an initial survey conducted by researchers on 20 sharia banking study program students, of which 5 people are sharia bank customers. The aim of this research is to find out whether there is an influence of product knowledge on interest in becoming a customer at a sharia bank, to find out the influence location on interest in becoming a customer at a sharia bank, to determine the simultaneous influence of product knowledge and location on interest in becoming a customer at a sharia bank, to find out whether there is an influence of student knowledge about sharia bank products, to analyze the influence of product knowledge and location on interest in becoming customers in sharia banks with generalized perceptions of millennials as a moderating variable, to determine the influence of product knowledge and location on interest in becoming a customer in sharia banks in the millennial generation. The method used in this research is a quantitative method which is a research method, which uses numbers and statistics in collection and analysis of data that can be measured. The population in this research is sharia banking study program students class 2019, 2020 and 2021, totaling 527 with a sampling technique, namely non-probability sampling with a sample size of 84 students. From the research results obtained there are partial and simultaneous influence of product knowledge and location on interest in becoming a customer at a sharia bank, perceived by the millennial generation as a moderating variable, so it can be concluded that there is an influence of product knowledge and location on interest in becoming a customer at a sharia bank, perceived by the millennial generation as a moderating variable. Case study of sharia banking study program students at UIN Syahada Padangsidimpuan.

Keywords: Product Knowledge, Location, Interest in Becoming a Customer

ملخص البحث

اسم	: نارتي يولياني دونجوران
رقم التسجيل	: ١٧٤٠١٠٠٣٥٧
عنوان البحث	: تأثير المعرفة بالمنتج والموقع على الرغبة في أن تصبح عميلاً في بنك شرعي مع تصورات جيل الألفية كمتغير معتدل

البنوك الشرعية هي بنوك ترجع أنشطتها إلى الشريعة الإسلامية، ولا تتقاضى في أنشطتها فوائد، ولا تقوم بدفع مبالغ للعملاء. وتعتمد المكافآت التي تحصل عليها البنوك الإسلامية، وكذلك تلك المدفوعة للعملاء، على العقد والاتفاق بين العميل والبنك. بالنسبة لطلاب برنامج دراسة الخدمات المصرفية الشرعية في جامعة الشيخ علي حسن أحمد أداري بادانجسيدمبون الإسلامية الحكومية، فإن القدرة على أن يصبحوا عملاء في البنوك الشرعية لا تزال منخفضة. يعود انخفاض اهتمام الطلاب إلى نتائج استطلاع أولي أجراه الباحثون على ٥٢ طالباً في برنامج دراسة المصرفية الشرعية، منهم ٥ أشخاص من عملاء البنوك الشرعية، والهدف من هذا البحث هو معرفة ما إذا كان هناك تأثير للمنتج معرفة الاهتمام بأن تصبح عميلاً في بنك شرعي، لمعرفة موقع التأثير على الاهتمام بأن تصبح عميلاً في بنك شرعي، لتحديد التأثير المتزامن لمعرفة المنتج والموقع على الاهتمام بأن تصبح عميلاً في بنك شرعي، لمعرفة ما إذا كان هناك تأثير لمعرفة الطلاب حول منتجات البنوك الشرعية، لتحليل تأثير معرفة المنتج والموقع على الاهتمام بأن يصبحوا عملاء في البنوك الشرعية مع تصورات عامة لجيل الألفية كمتغير معتدل، لتحديد تأثير المعرفة بالمنتج والموقع على الاهتمام بأن يصبحوا عملاء للبنوك الشرعية في جيل الألفية، والطريقة المستخدمة في هذا البحث هي الطريقة الكمية وهي طريقة بحث، تستخدم الأرقام والإحصائيات في جمع وتحليل البيانات التي يمكن قياسها. في هذا البحث طلاب برنامج دراسة الخدمات المصرفية الشرعية فصول ٢٠١٩ و ٢٠٢٠ و ٢٠٢١، بإجمالي ٥٢٧ طالباً باستخدام تقنية أخذ العينات، وهي العينات غير الاحتمالية بحجم عينة مكونة من ٤٨ طالباً، ومن نتائج البحث التي تم الحصول عليها هناك تأثير جزئي ومتزامن لمعرفة المنتج والموقع على الاهتمام بأن تصبح عميلاً في بنك شرعي، والذي ينظر إليه جيل الألفية كمتغير معتدل، لذلك يمكن استنتاج أن هناك تأثير لمعرفة المنتج والموقع على الاهتمام بأن تصبح عميلاً في بنك شرعي، ينظر إليه من قبل جيل الألفية كمتغير معتدل. دراسة حالة لطلاب برنامج الدراسات المصرفية الشرعية في جامعة الشيخ علي حسن أحمد أداري بادانجسيدمبون الإسلامية الحكومية.

الكلمات الرئيسية: المعرفة بالمنتج، الموقع، الاهتمام بأن تصبح عميلاً

KATA PENGANTAR



Assalaamu'alaikum WarahmatullahiWabarakatuh

Syukur Alhamdulillah penulis ucapkan ke hadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, nikmat dan hidayah-Nya yang tiada henti sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul penelitian **“Pengaruh Pengetahuan Produk Dan Lokasi Terhadap Minat Menjadi Nasabah Di Bank Syariah Dengan Persepsi Generasi Milenial Sebagai Variabel Moderating ”** Serta tidak lupa juga shalawat dan salam senantiasa dicurahkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW, seorang pemimpin umat yang patut dicontoh dan diteladani kepribadiaannya dan senantiasa dinantikan syafaatnya di hari Akhir.

Skripsi ini disusun dengan bekal ilmu pengetahuan yang sangat terbatas dan amat jauh dari kesempurnaan, sehingga tanpa bantuan, bimbingan dan petunjuk dari berbagai pihak, maka sulit bagi peneliti untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, dengan penuh rasa syukur dan kerendahan hati, peneliti mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah membantu peneliti menyelesaikan skripsi ini, yaitu:

1. Bapak Dr. H. Darwis Dasopang, M.Ag, selaku Rektor UIN Syahada Padangsidempuan. Kepada Bapak Dr. Erawadi, M.Ag, Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak Dr. Anhar M.A, Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Bapak Dr. Ikhwanuddin Harahap, M.Ag, Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.

2. Bapak, Prof. Dr. Darwis Harahap, S.HI, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syahada Padangsidimpuan, bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, M.Ag selaku wakil dekan bidang akademik Ibu Dr. Rukiah S.E., M.Si sebagai Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, perencanaan dan Keuangan dan Ibu Dr. Hj. Replita, M.Si selaku wakil dekan bidang kemahasiswaan dan kerjasama FEBI UIN Syahada Padangsidimpuan
3. Ibu Sarmiana Batubara, Dr. M.A selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah, yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan dan bimbingan dalam proses perkuliahan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syahada Padangsidimpuan.
4. Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E., M.Si. selaku pembimbing I dan Bapak H. Ali Hardana, S.Pd., M.Si selaku pembimbing II yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Kepala Perpustakaan serta Pegawai Perpustakaan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak serta Ibu dosen Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan dan dorongan yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan di Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.

7. Teristimewa kepada Ayahanda Leden Dongoran dan Ibunda Rosma Rambe tanpa megenal lelah memberikan kasih sayang, dukungan, dan untuk doa-doa mulia yang selalu dipanjatkan tiada hentinya, semoga Allah SWT nantinya dapat membalas perjuangan mereka dengan surga Firdaus-Nya, serta terimakasih juga kepada kakak saya Dermawi Sinta Dongoran, dan abang saya Syahrul Hidayat Dongoran dan ade saya Salma Lestari Dongoran .
8. Terimakasih juga kepada sahabat seperjuangan saya, Ida Royani Nainggolan , Romadana Ritoga, Nur Ainun Siregar, Fitri Annisa yang telah membantu memberikan dukungan dan semangat dalam penyusunan skripsi ini.
9. Semua pihak yang langsung maupun tidak langsung turut membantu dalam menyelesaikan skripsi ini. Yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu peneliti dalam menyelesaikan studi dan melakukan penelitian sejak awal hingga selesainya skripsi ini.

Peneliti menyadari sepenuhnya akan keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang ada pada peneliti sehingga tidak menutup kemungkinan bila skripsi ini masih banyak kekurangan

Wassalaamu'alaikum Wr.Wb

Padangsidempuan, 19 Dseember 2023
Peneliti,

NARTY YULIANI DONGORAN
NIM. 17 401 00357

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

A. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lain dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf Arab dan transliterasinya dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ša	š	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ħa	ħ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan Ha
د	Dal	D	De
ذ	žal	ž	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	šad	š	Es (dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	De (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	Zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em

ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	.. ' ..	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

B. Vokal

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

1. Vokal tunggal adalah vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
— /	fathah	A	A
— /	Kasrah	I	I
— ˘	dommah	U	U

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

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan	Nama
.....ي	fathah dan ya	Ai	a dan i
.....و	fathah dan wau	Au	a dan u

3. *Maddah* adalah vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda.

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
...ا...ا...ا	fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis atas
...ي...ي	Kasrah dan ya	ī	i dan garis dibawah
...و...و	dommah dan wau	ū	u dan garis di atas

C. *Ta Mar butah*

Transliterasi untuk *tamar butah* ada dua:

- a. *Ta Marbutah* hidup yaitu *Ta Marbutah* yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dan dommah, transliterasinya adalah /t/.
- b. *Ta Marbutah* mati yaitu *Ta Marbutah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah /h/.

Kalau pada suatu kata yang akhir katanya *Ta Marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka *Ta Marbutah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

D. *Syaddah (Tasydid)*

Syaddah atau *tasydid* yang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda *syaddah* atau tanda *tasydid*. Dalam transliterasi ini tanda *syaddah* tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddah* itu.

E. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ّ. Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*.

- a. Kata sandang yang diikuti huruf *syamsiah* adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung diikuti kata sandang itu.

- b. Kata sandang yang diikuti huruf *qamariah* adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah* ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai dengan bunyinya.

F. Hamzah

Dinyatakan didepan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan diakhir kata. Bila hamzah itu diletakkan diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

G. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il*, *isim*, maupun *huruf*, ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah perkata dan bisa pula dirangkaikan.

H. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem kata sandang yang diikuti huruf tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu dilalui oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

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

I. Tajwid

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

Sumber: Tim Puslitbang Lektur Keagamaan. *Pedoman Transliterasi Arab-Latin, Cetakan Kelima*. 2003. Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektur Pendidikan Agama.

DAFTAR ISI

SAMPUL DEPAN	
HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	
LEMBAR PERNYATAAN PEMBIMBING	
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	
BERITA ACARA MUNAQASYAH	
LEMBAR PENGESAHAN DEKAN	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	vii
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	ivx
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah	7
C. Batasan Masalah	8
D. Definisi Operarional Variabel.....	8
E. Rumusan Masalah.....	10
F. Tujuan Penelitian	10
G. Kegunaan Penelitian	11
H. Sistematika Pembahasan.....	11
BAB II LANDASAN TEORI	13
A. Kerangka Teori	13
a. Pengetahuan	13
b. Pengertian Pengetahuan	13
c. Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Pengetahuan	14
a. Lokasi	15
a. Pengertian Lokasi	15
b. Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Dalam Pemilihan Lokasi.....	16
c. Mempertimbangkan Jumlah Pesaing Yang ada Suatu Lokasi	17
b. Minat Menjadi Nasabah.....	17
a. Pengertian Minat	17
b. Faktor- Faktor Yang mempengaruhi Minat	18
c. Unsur-Unsur Minat	19
c. Bank syariah.....	19
a. Pengertian Bank Syariah	19
b. Produk Bank Syariah.....	22
d. Persepsi	26
a. Pengertian Persepsi	26
b. Syarat Terbentuknya Persepsi	26

e. Generasi Milenial.....	27
a. Pengertian Generasi Milenial	27
b. Kelebihan generasi milenial	28
c. Kekurangan Generasi Milenial	29
d. Tujuan Generasi Milenial.....	30
e. Peluang Generasi Milenial	31
f. Variabel Moderating	31
a. Pengertian Variabel <i>Moderating</i>	31
b. Analisis <i>Regresi</i> Dengan Variabel <i>Moderating</i>	31
B. Penelitian Terdahulu.....	32
C. Kerangka Berfikir	35
D. Hipotesis Penelitian	36
E. Definisi Operasional Variabel Independen.....	37

BAB III METODE PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu Penelitian.....	39
B. Jenis Penelitian	39
C. Populasi dan Sampel.....	40
D. Sumber Data	41
E. Teknik Pengumpulan Data	41
F. Teknik Analisis Data	43
1. Uji Validitas	43
2. Uji Reabilitas	44
3. Uji Prasyarat Analisis	45
4. Uji Normalitas.....	45
5. Uji Kolmogorov Smirnov	45
6. Uji Multikolinearitas.....	46
7. Uji Heteroskedastisitas	
8. Uji Uji Linearitas	
9. Uji Regresi Linear Berganda	
10. Uji Hipotesis	
11. Uji F test (Uji Serempak)	
12. Uji T test	
13. Uji Determinasi (uji R^2)	

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum FEBI UIN SYAHADA Padangsidempuan.....	50
1. Sejarah FEBI UIN SYAHADA Padangsidempuan.....	50
2. Visi Misi FEBI UIN SYAHADA Padangsidempuan.....	51
3. Struktur Organisasi FEBI UIN SYAHADA Padangsidempuan.....	51
4. Program Studi FEBI UIN SYAHADA Padangsidempuan.....	52
B. Gambaran Umum Mahasiswa FEBI UIN SYAHADA Padangsidempuan.....	53
1. Gambaran Umum Responden	53
2. Karakteristik Responden.....	53
3. Uji Validitas	54
C. Analisis Data.....	54

1. Deskripsi Objek Penelitian	54
2. Uji Instrumen	56
D. Teknik Analisis Data	61
1. Uji Normalitas.....	61
2. Uji Kolmogorov Smirnov	62
3. Uji Heteroskedastisitas.....	63
4. Uji Linearitas	65
5. Uji Multikolinearitas.....	67
E. Analisis Data.....	67
1. Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	67
2. Hasil Uji Hipotesis	70
3. Hasil Uji Hipotesis	75
F. Pembahasan Hasil Penelitian.....	81
G. Keterbatasan Penelitian	83
H. Pembahasan Hasil Penelitian	
I. Keterbatasan Penelitian	
BAB V PENUTUP	84
A. Kesimpulan	84
B. Saran	85

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Definisi Operasional Variabel	8
Tabel II.1 Penelitian Terdahulu.....	32
Tabel III.1 Data Mahasiswa Angkatan 2019,2020dan2021	39
Tabel III.2 Bobot Nilai Instrumen Penelitian.....	42
Tabel IV.1 Hasil Uji Validitas Pengetahuan Produk	57
Tabel IV.2 Hasil Uji Validitas Lokasi.....	58
Tabel IV.3 Hasil Uji Validitas Minat Menjadi Nasabah	58
Tabel IV.4 Hasil Uji Reliabilitas.....	60
Tabel IV.5 Hasil Uji Normalitas	61
Tabel IV.6 Hasil Uji Kolmogorov Smirnov.....	62
Tabel IV.7 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	63
Tabel IV.8 Hasil Uji Leniaritas	65
Tabel IV.9 Hasil Uji Multikolinearitas	67
Tabel IV.10 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	67
Tabel IV.11 Hasil Uji ftest(Uji Serempak)	70
Tabel IV.12 Hasil Uji T test.....	72
Tabel IV.13 Hasil Uji Determinasi (R^2).....	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1 Kerangka Pemecahan Masalah.....	35
Gambar IV.1 Srtuktur Organisasi FEBI.....	51

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bank syariah adalah bank yang kegiatannya mengacu pada hukum islam, dan dalam kegiatannya tidak membebankan bunga, maupun tidak membayar bunga kepada nasabah. Imbalan yang diterima oleh bank syariah, maupun yang dibayarkan kepada nasabah tergantung dari akad dan perjanjian antara nasabah dan bank . Perjanjian tersebut didasarkan pada hukum syariah baik perjanjian yang dilakukan bank dengan nasabah dalam dalam penghimpunan dana, maupun penyalurannya. Perjanjian antara (akad) yang terdapat di perbankan syariah harus tunduk pada syarat dan rukun akad tersebut.¹

Sebuah bank syariah harus memiliki lingkungan kerja yang berbentuk syariah misalnya sifatnya amanah dan siddiq, serta harus melandasi Al-quran dan Hadits. Dengan kata lain , bank islam adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan dengan prinsip syariat Islam. Untuk menghindari pengoperasian bank dengan sistem bunga, Islam memperkenalkan prinsip-prinsip muamalah Islam. Dengan kata lain, bank Islam lahir sebagai solusi terhadap persoalan antara bunga bank dengan riba.²

Pengembangan ekonomi Islam di Indonesia telah diadopsi ke dalam kerangka besar kebijakan ekonomi. Bank Indonesia sebagai otoritas perbankan di

¹ Ismail, *Manajemen Perbankan Dari Teori Menuju Aplikasi*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2010) hlm.20.

² Veithzal Rivai dkk, *Islamic Risk Management For Islamic Bank*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2013) hlm.24.

tanah air menetapkan perbankan syariah sebagai salah satu pilar penyangga dual banking system dan mendorong pasar bank yang lebih luas. Bank Syariah merupakan salah satu perangkat dalam ekonomi Islam. Sedangkan, tujuan ekonomi Islam adalah pencapaian maqasid. Tujuan pendirian bank syariah, sebagai bank yang operasionalnya berdasarkan prinsip-prinsip syariah, adalah sebagai berikut:

Mengarahkan kegiatan ekonomi ummat untuk bermu'amalat secara Islam, khususnya mu'alat yang berhubungan dengan perbankan, agar terhindar dari praktik-praktik riba atau jenis-jenis usaha/ perdagangan lain yang mengandung unsur gharar S(tipuan), dimana jenis usaha tersebut selain di larang dalam Islam, juga telah menimbulkan dampak negatif terhadap kehidupan ekonomi rakyat.

Untuk menciptakan suatu keadilan di bidang ekonomi dengan jalan meratakan pendapatan melalui kegiatan investasi, agar tidak terjadi kesenjangan yang sangat besar antara pemilik modal dengan pihak membutuhkan dana. Untuk meningkatkan kualitas hidup ummat dengan jalan membuka arahkan keada kegiatan usaha yang produktif, menuju terciptanya kemandirian usaha.³

Oleh karena itu untuk memajukan sistem perbankan syariah dan menumbuhkan minat masyarakat sehingga masyarakat tertarik untuk menjadi nasabah di bank syariah. Maka bank syariah dituntut agar dapat lebih meningkatkan sosialisasinya terhadap masyarakat luas dengan memberikan pengetahuan kepada masyarakat tentang perbankan syariah, baik itu dari definisi, lokasih, prinsip-prinsip, dan berbagai macam produk-produk bank syariah.

³ Sri Wahyuni, *Kinerja Sharia Conformity And Profitability Index Dan Faktor Determinan*, (Surabaya Scopindo Media Pustaka, 2020), hlm.1.

Sehingga masyarakat dapat mengetahui sistem perbankan syariah dengan benar dan tidak ada lagi anggapan masyarakat yang mengatakan bahwa bank syariah adalah bank konvensional yang hanya di tambah dengan istilah syariah.

Seseorang yang mempunyai minat terhadap sesuatu, ia akan berusaha lebih keras untuk memperoleh sesuatu yang diminatinya atau dengan kata lain dengan adanya minat dalam diri seseorang maka ia akan termotivasi untuk mendapatkan sesuatu itu sebaliknya tanpa minat seseorang tidak mungkin melakukan sesuatu. Seseorang menaruh minat terhadap suatu objek karena adanya stimulus, atau dorongan. Dorongan tersebut dapat berasal kekuatan minat itu sendiri, sehingga seseorang tidak dapat dikatakan mempunyai minat terhadap suatu objek tanpa adanya respon atau dorongan terhadap objek tersebut.

Pengetahuan adalah informasi, bisa di peroleh melalui berbagai media, seperti iklan pada majalah, televisi Koran, radio, pamlet, bahkan bisa juga melalui pengalaman seseorang. Faktor yang tidak kalah pentingnya yang harus di perhatikan oleh lembaga perbankan dalam pengembangan bank syariah adalah penentuan lokasi yang strategis. Lokasi bank adalah tempat dimana diperjualbelikan produk bank dan pusat pengendalian perbankan.⁴

Bank Islam melakukan hubungan dengan nasabah dalam bentuk hubungan kemitraan, sedangkan bank konvensional melakukan hubungan nasabah dalam bentuk hubungan debitur kreditor. Bank Islam meletakkan penggunaan dan secara riil. Ketika sebuah bank syariah terbentuk, masalah selanjutnya yang dialami oleh KLS yakni kurangnya sumber daya manusia yang latar belakang pendidikan

⁴ Parida Mahrani, *Pengaruh Pengetahuan Lokasi Terhadap Minat Menjadi Nasabah Di Bank Syariah Studi Kasus Masyarakat Kecamatan Dolok Kabupaten Padang Lawas*, (Skripsi, Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary :Padangsidempuan:2019), hlm.3-4.

ekonomi Islam dan perbankan syariah, sehingga lembaga-lembaga keuangan syariah sampai saat ini, tenaga kerja yang dipakai masih tenaga kerja yang berlatar belakang Ekonomi konvensional. Untuk mengatasi hal tersebut Pemerintah melalui Kementerian Agama, sudah mempersiapkan strategi yang signifikan yaitu membentuk universitas-universitas Islam, dengan tujuan membentuk sumber daya manusia yang berpendidikan dan berlatar belakang syariah.

Salah satu perguruan tinggi yang dimaksud adalah Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary (UIN) Padangsidimpuan. Yang diresmikan pada bulan Januari 2014. Selama perjalanannya, Fakultas Ekonomi Bisnis Islam Uin Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan terus berupaya untuk memperkuat fondasi dan memantapkan keilmuan dalam rangka mewujudkan visi “menjadi pusat penyelenggaraan program studi Ekonomi Syariah yang integrative dan berbasis riset untuk menghasilkan lulusan yang professional berwawasan ilmu ekonomi syariah, berjiwa entrepreneur, memiliki akhlakul karimah dan memiliki kearifan lokal yang interkonektif bagi tercapainya kesejahteraan umat manusia” Keberhasilan suatu perguruan tinggi dapat diukur atau lebih ditentukan oleh kemampuan menciptakan mahasiswa sebagai pencari kerja.⁵

Dari hasil wawancara awal yang peneliti lakukan kepada empat orang mahasiswa perbankan syariah UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan, mahasiswa yang pertama menyatakan bahwa :

⁵ Lusi Anggaraini, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Ma”had Al-Jami’ah Memilih Program Studi Perbankan Syariah Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan*, (Skripsi, Universitas Islam Negeri syekh Ali Hasan ahmad Addary: Padangsidimpuan: 2022), hlm 1-3.

Pengetahuan produk pada perbankan syariah menjadi salah satu pertimbangan konsumen dalam mengevaluasi produk yang ditawarkan. Karena dengan memiliki pengetahuan produk pada perbankan syariah seseorang memiliki kemampuan dalam membedakan produk mana yang baik atau buruk yang akan membentuk sikap positif atau negatif terhadap produk, minat merupakan suatu dorongan yang menyebabkan terikatnya perhatian individu pada objek tertentu seperti pekerjaan, pelajaran, benda, orang. Minat berhubungan dengan aspek kognitif, afektif, dan motoric dan merupakan sumber motivasi untuk melakukan apa yang diinginkan.⁶

Salah satu bentuk dari perilaku konsumen yaitu minat atau keinginan membeli suatu produk atau layanan jasa. Bentuk konsumen dari minat beli merupakan konsumen potensial dimana konsumen yang belum melakukan tindakan pembelian pada masa sekarang kemungkinan akan melakukan pembelian pada masa yang akan datang atau bisa disebut sebagai calon pembeli. Peran Lembaga keuangan Syariah adalah dengan meningkatkan kualitas layanan serta meningkatkan beranekaragam produk yang ditawarkan dan pastinya produk-produk tersebut berdasarkan prinsip Syariah dengan tujuan untuk menarik minat dari masyarakat menggunakan produk-produk dari perbankan Syariah yang berdasarkan syariat islam.

Salah satu cara untuk meningkatkan pasar pasar dari industri keuangan Syariah di Indonesia adalah dengan mengikutsertakan para generasi milenial. Sehingga dapat mengetahui atribut apa yang paling disukai untuk

⁶ Yudrik Jahja, *Psikologi Perkembangan*, (Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP, 2011), hlm. 63.

dipertimbangkan oleh Lembaga perbankan khususnya.⁷ Dalam penelitian ini, penelitian ingin meneliti analisis pengaruh pengetahuan produk-produk dan lokasi terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah persepsi generasi milenial sebagai variabel moderating mahasiswa prodi perbankan syariah di uin syahada padangsidiempuan. Alasan peneliti melakukan penelitian pada mahasiswa prodi perbankan syariah uin syahada padangsidiempuan untuk menjadi nasabah di bank syariah masih rendah. Rendahnya minat mahasiswa ini berdasarkan dari hasil survey awal yang dilakukan peneliti terhadap 20 orang mahasiswa prodi perbankan syariah terdapat 5 orang yang menjadi nasabah bank syariah. Jumlah ini tentunya menunjukkan bahwa minat mahasiswa prodi perbankan syariah .

Berdasarkan hasil wawancara awal yang dilakukan oleh penelitian terhadap tiga orang responden tentang bank syariah diantaranya yaitu: mahasiswa reza berpendapat bahwa bank syariah adalah pengetahuan saya tentang produk di bank syariah itu sudah sesuai syariat Islam kenapa saya katakan sesuai karna saya sudah mempelajari mata kuliah perbankan syariah di mata kuliah itu saya sudah mempelajari tentang produk-produk bank syariah.⁸

Sementara mahasiswa Evi ,berpendapat pengetahuan saya tentang produk bank syariah itu bagus apalagi sekarang banyak yang menggunakan bank syariah akad-akad di bank syariah yang saya ketahui mudharabah, musyharakah dan lain-lain.⁹

⁷ Adhi Prasetyo, Dkk, *Konsep Dasar E-Commerce*, (Medan:Yayasan Kita Menulis, 2021), hlm. 93.

⁸ Wawancara Reza Mahasiswa UIN Syahada Pada Tanggal 23 Januari 2022, Pukul 10:30.

⁹ Wawancara Evi UIN Syahada Pada Tanggal 25 Januari 2022, Pukul 9:40 WIB.

Sedangkan mahasiswa Syapurta Batubara mahasiswa UIN Syahada Padangsidimpuan pengetahuan saya tentang produk perbankan syariah sejauh saya produk yang ada di bank syariah itu ada 2 produk yaitu produk penghimpunan dana (*funding*) produk ini hampir sama dengan produk yang ada di bank konvensional, produk penyaluran dana (*finacing*) produk ini merupakan suatu sistem yang menerapkan tata cara jual beli.¹⁰

Berdasarkan hasil wawancara terhadap ketiga orang responden tersebut mereka sudah mengetahui bahwa perbankan syariah dalam operasionalnya menggunakan prinsip-prinsip syariah dan menggunakan bagi hasil. Tetapi mereka tidak minat menjadi nasabah bank syariah karena ada beberapa faktor karena minimnya lokasi bank syariah di lokasi mereka yang ada cuma bank konvensional. Berdasarkan uraian masalah di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “ Pengaruh Pengetahuan Produk Dan Lokasi Terhadap Minat Menjadi Nasabah Di Bank Syariah Sebagai Variabel Moderating Persepsi Generasi Milenial, (Studi Kasus pada Mahasiswa Prodi Perbankan Syariah Di UIN Syahada Padangsidimpuan)”

B. Identifikasi Masalah

Dari latar belakang masalah di atas, maka identifikasi masalah adalah sebagai berikut:

Pengetahuan Mahasiswa Perbankan Syariah di Uin Syahada tentang perbankan Syariah rata-rata mahasiswa yang saya wawancarai sudah tau tentang produk bank syariah Lokasi bank syariah yang sulit untuk dijangkau oleh

¹⁰ Wawancara Syapurta Batubara UIN Syahada Pada Tanggal 27 Januari 2020, Pukul 11:30 WIB.

mahasiswa perbankan syariah Sosialisasi yang dilakukan oleh pihak bank syariah terhadap mahasiswa perbankan syariah masih rendah.

C. Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terarah dan memusatkan penelitian, serta untuk mencegah terlalu luasnya pembahasan yang menyebabkan terjadinya kesalahan pemahaman terhadap kesimpulan yang dihasilkan. Maka dalam penelitian ini penulis memfokuskan pada “ Pengaruh Pengetahuan Produk Dan Lokasi Terhadap Minat Menjadi Nasabah Di Bank Syariah Persepsi Generasi Milenial Sebagai Variabel Moderating(Studi Kasus pada Mahasiswa Prodi Perbankan Syariah di UIN Syahada).”

D. Definisi Operarional Variabel

Untuk menghindari kesalahpahaman istilah yang digunakan dalam penelitian ini, maka dibuatlah definisi operasional variabel untuk menerangkan beberapa istilah sebagai berikut:

Tabel I.I Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
1	Pengetahuan Produk (XI)	Pengetahuan produk adalah kumpulan berbagai informasi mengenai produk . Pengetahuan ini meliputi kategori produk , merek terminology produk, atribut atau pengetahuan karakteristik produk bank	Pengetahuan karakteristik produk bank syariah Manfaat Produk bank syariah Kepuasan Produk	Diukur menggunakan kuisisioner dengan skala Likert

		syariah manfaat produk bank syariah kepuasan produk diukur menggunakan kuisisioner dengan skala produk, harga produk, dan kepercayaan mengenai produk.		
2	Lokasi (X2)	Ada dua hal penting menyangkut lokasi yang akan di pilih, yaitu tempat kedudukan berarti tempat (kantor) badan usaha, biasanya mengelolah perusahaan yang berada di tempat lain. Tempat kediaman berarti tempat perusahaan beroperasi.	Loksi bank syariah mudah di jangkau dan dilalui transportasi umum Lokasih bank syariah dapat dilihat jelas Lingkungan di sekitar perbankan syariah yang aman dan mendukung jasa yang ditawarkan	Diukur menggunakan kuisisioner dengan skala Likert
3	Persepsi generasi milenial (z)	Persepsi adalah proses yang di gunakan oleh setiap individu untuk memilih organisasi dan menginterpretasi masukan-masukan informasi guna menciptakan gambaran dunia yang memiliki arti.	Kebutuhan Pengalaman Pengalaman dari teman Iklan dan pemasaran	Diukur menggunakan kuisisioner dengan skala Likert
4	Minat Menjadi	Minat adalah suatu rasa lebih	Perhatian Ketertarikan	Diukur menggunakan

	Nasabah (Y)	suka dan rasa ketertarikan pada suatu hubungan antara diri sendiri dengan suatu diluar diri.	Keinginan Kenyakinan Keputusan	kuisisioner dengan skala Likert
--	-------------	--	--------------------------------------	---------------------------------

E. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam peneliti ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh pengetahuan produk terhadap minat menjadi nasabah di bank Syariah pada generasi milenial?
2. Apakah terdapat pengaruh lokasi terhadap minat menjadi nasabah di bank Syariah pada generasi milenial?
3. Adakah terdapat pengaruh pengetahuan produk dan lokasi secara simultan terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah pada generasi milenial?
4. Adakah terdapat pengaruh pengetahuan produk terhadap minat menjadi nasabah di bank Syariah dengan persepsi generasi milenial sebagai variabel *moderating*?
5. Adakah terdapat pengaruh lokasi terhadap minat menjadi nasabah di bank Syariah dengan persepsi generasi milenial sebagai variabel *moderating*?

F. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui adakah terdapat pengaruh pengetahuan produk terhadap minat menjadi nasabah di bank Syariah pada generasi milenial.
2. Untuk mengetahui adakah terdapat pengaruh lokasi terhadap minat menjadi nasabah di bank Syariah pada generasi milenial.

3. Untuk mengetahui adakah terdapat pengaruh pengetahuan produk dan lokasi secara simultan terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah pada generasi milenial.
4. Untuk mengetahui adakah terdapat pengaruh pengetahuan produk terhadap minat menjadi nasabah di bank Syariah dengan persepsi generasi milenial sebagai variabel *moderatng*.
5. Untuk mengetahui adakah terdapat pengaruh lokasi terhadap minat menjadi nasabah di bank Syariah dengan persepsi generasi milenial sebagai variabel *moderating*.

G. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi berbagai pihak diantaranya sebagai berikut:

1. Bagi peneliti

Peneliti ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai pengaruh pengetahuan produk dan lokasi terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah.

2. Bagi akademis

Sebagai bahan bacaan dan sumber referensi atau bahan perbandingan bagi penelitian yang sudah ada maupun yang akan dilakukan.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat berupa pengetahuan dan wawasan kepada peneliti selanjutnya. Serta dapat digunakan sebagai acuan dalam penulisan skripsi berikutnya.

H. Sistematika Pembahasan

Sistematika ini dibuat untuk memudahkan penulisan dalam menyusun skripsi ini agar lebih mudah dipahami pembaca. Adapun sistematika pembahasan penelitian ini adalah:

Bab I Pendahuluan, yang berisi latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, definisi operasional variabel, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian .

Bab II Landasan Teori Yaitu yang berisi kerangka teori, penelitian terdahulu, kerangka pikir, hipotesis penelitian.

Bab III Metode Penelitian Yang terdiri dari lokasi dan waktu penelitian yang terdiri dari lokasi dan waktu penelitian ,jelas penelitian, populasi dan sampel , sumber data, instrument pengumpulan data, dan analisis data.

Bab IV Hasil Penelitian dalam bab ini berupa hasil penelitian dengan SPSS Versi 23 yang terdiri dari beberapa uji validitas dan uji reabilitas , uji normalitas ,uji heteroskedastisitas, uji t dan analisis regresi sederhana.

Bab V PenutupTerdiri dari kesimpulan peneliti terhadap realita dilapangan.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Landsan Teori

1. Pengetahuan

a. Pengertian Pengetahuan

Pengetahuan tersusun dari kata ilmu dan pengetahuan. Dalam kamus Umum Bahasa Indonesia, ilmu diartikan sebagai pengetahuan atau kepandaian (baik tentang segala yang masuk jenis kebatinan maupun yang berkenaan dengan keadaan alam dan sebagainya).¹ Adapun dalam *Oxford English Dictionary* terdapat tiga arti dari ilmu, yaitu :

1. informasi yang diperoleh melalui pengalaman dan pendidikan. keseluruhan dari apa yang diketahui.
2. kesadaran atau kebiasaan yang didapat melalui .
3. Pengalaman akan suatu fakta atau keadaan.

Dalam bahasa Arab, kata ilmu jamaknya ‘ulum diartikan ilmu pengetahuan. Manusia berani bertindak atas dasar pemgetahuannya. Pengetahuan manusia digunakanya sebagai dasar pengambilan keputusan untuk bertindak dalam berbagai hal keperluan hidupnya . Tidak terkecuali dalam bidang ekonomi. Manusia harus membuat keputusan-keputusan terbaik untuk memenuhi kebutuhan hidupnya yang banyak dan sangat beragam dengan sumber daya yang dimilikinya terbatas. Manusia dalam posisinya sebagai konsumen produk tertntu membutuhkan pengetahuan

¹Abuddin Nata, *Islam Dan Ilmu Pengetahuan*, (Jakarta: Tamba No 23 Rawamangun,2018) hlm.7.

tertentu untuk bisa memutuskan pembelian produk tertentu secara tepat dan benar.²

b. Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Pengetahuan.

Pengetahuan seseorang dipengaruhi oleh beberapa faktor, di antaranya:

1. Pendidikan

Pendidikan adalah sebuah proses perubahan sikap dan tingkahlaku seseorang atau kelompok dan juga usaha mendewasakan manusia melalui upaya pengajaran dan pelatihan. Makin tinggi pendidikan dan makin banyak pelatihan – pelatihan yang diikuti tentu akan mempengaruhi banyaknya atau luasnya pengetahuan seseorang.

2. Media

Media- media yang mempengaruhi pengetahuan seseorang adalah media yang secara khusus didesain untuk mencapai masyarakat yang sangat luas. Jadi contoh dari media massa ini adalah televisi , radio,koran dan majalah. Media-media ini akan sangat banyak mempengaruhi pengetahuan dan wawasan seseorang.

3. Informasi

Banyak atau luasnya pengetahuan seseorang sangat dipengaruhi oleh seberapa banyak informasi yang dijumpainya dalam kehidupan sehari-hari dan juga yang diperoleh dari pengamatan terhadap kehidupan di sekitarnya.³

²Muhammad Isa, “Gambaran Umum Pemasaran Produk Dan Jasa Perbankan Syariah,” (Padangsidimpuan:Lppm Iain,2018)hlm. 11-12.

³Bagaskoro, *Pengantar Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, (Yogyakarta : Deepublish, 2019), hlm. 42.

c. Lokasi

Yang dimaksud dengan lokasi bank adalah tempat di mana diperjual belikan produk cabang bank dan pusat pengendalian perbankan. Dalam praktiknya ada beberapa macam lokasi kantor bank, yaitu lokasi kantor pusat, cabang utama, cabang pembantu, kantor kas, dan lokasi kantor kas, dan lokasi mesin-mesin Ajudan Tunai Mandiri (ATM). Lokasi dan layout merupakan dua hal yang tidak terpisahkan dan harus merupakan suatu panduan yang serasi dan sepadan. Secara umum ada beberapa tujuan yang hendak dicapai dalam penentuan lokasi dan *layout* bank adalah sebagai berikut:

- 1) Agar bank dapat menentukan lokasi yang tepat untuk lokasi kantor kas, atau lokasi mesin-mesin ATM.
- 2) Agar bank dapat menentukan dan membeli atau menggunakan teknologi yang paling tepat dalam memberikan kecepatan dan keakuratan guna melayani nasabahnya.
- 3) Agar bank dapat menentukan layout yang sesuai dengan standar keamanan, keindahan, dan kenyamanan bagi nasabahnya.
- 4) Agar bank bisa menentukan metode antrian yang paling optimal, terutama pada hari atau jam-jam sibuk, baik di depan teller atau kasir.
- 5) Agar bank dapat menentukan kualitas tenaga kerja yang dibutuhkan sekarang dan di masa yang akan datang.⁴

⁴Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta:Kencana,2018) ,hlm.145-146).

d. Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Minat

Penentuan lokasi bank tidak dapat dilakukan secara sembarangan tetapi harus mempertimbangkan sebagai factor. Hal-hal yang perlu diperhatikan dan dipertimbangkan dalam pemilihan dan penentuan lokasi suatu bank adalah sebagai berikut:

1) Dekat Dengan Pasar

Keputusan pembukaan kantor cabang atau kas di wilayah yang dekat dengan pasar dapat dilakukan apabila target pasar yang ingin diraih adalah para pedagang pasar tersebut. Misalnya agar dapat mempermudah proses bisnis transaksi mereka.

2) Dekat Dengan Perumahan Atau Masyarakat

Apabila suatu perbankan memilih untuk dekat dengan perumahan adalah pada perbankan yang fokus kepada sektor rirel. Hal ini sebagai upaya mendekatkan diri bank kepada masyarakat. Sehingga tidak perlu kesulitan untuk mencari kantor cabang bank yang jauh apabila ingin bertransaksi.

3) Dekat Dengan Kawasan Industri Dan Pabrik

Hal ini bisa menjadi pertimbangan, apabila segmen yang akan dijadikan target pasar bagi bank adalah pabrik atau karyawan pabrik. Misalnya bank akan menawarkan fasilitas pembiayaan *ekspor* bagi pabrik yang beroperasi di kawasan *industry* , maka dengan dekat kawasan industri atau pabrik dapat menjadi pertimbangan dalam membuka kantor dikawasan tersebut.

4) Dekat Dengan Perkantoran

Pilihan ini dapat diambil jika target pasar yang akan diraih oleh bank adalah kantor serta karyawan kantor tersebut, sehingga dengan membuka kantor yang dekat dengan lokasi perkantoran atau bahkan digedung perkantoran tersebut menjadi salah satu pertimbangan utama.

5) Mempertimbangkan Jumlah Pesaing Yang ada Suatu Lokasi

Jumlah pesaing yang telah membuka kantor perwakilan di suatu wilayah harus turut menjadi pertimbangan. Meskipun lokasi yang dipilih sangat strategis, tetapi jumlah pesaingnya banyak maka ini harus dipertimbangkan pula. Sebab perhitungan market share yang ingin dicapai harus dapat dihitung secara tepat. Apabila sudah terlalu banyak pesaing maka akan mengurangi jumlah pendapat bank. Apabila suatu daerah sudah terlalu padat, maka sebaliknya suatu bank tidak membuka kantor di daerah tersebut.⁵

2. Minat Menjadi Nasabah

a. Pengertian Minat

Menurut Slameto minat adalah rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktifitas, tanpa ada yang menyuruh. Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan suatu diluar diri. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut, semakin besar minat. Timbulny minat seseorang disebabkan oleh beberapa hal, yaitu rasa tertarik atau rasa senang, perhatian dan kebutuhan. Minat timbul karena

⁵Parida Mahrani, *Pengaruh Pengetahuan Lokasi Terhadap Minat Menjadi Nasabah Di Bank Syariah Studi Kasus Masyarakat Kecamatan Dolok Kabupaten Padang Lawas*, (Skripsi iain Padangsidempuan,2019).

perasaan senang serta tendensi yang dinamis untuk berperilaku atas dasar ketertarikan seseorang pada jenis- jenis kegiatan tertentu. Perasaan senang seseorang akan menimbulkan dorongan – dorongan dalam dirinya untuk segera beraktifitas.⁶

b. Faktor- Faktor Yang mempengaruhi Minat

Faktor yang menjadi timbulnya minat, Crow and Crow berpendapat ada tiga faktor yang menjadi timbulnya minat, yaitu:

- 1) Dorongan atau keinginan dari dalam diri individu, misal dorongan rasa ingin tahu. Dorongan ingin tahu atau rasa ingin tahu akan membangkitkan minat untuk membaca, belajar, menuntut ilmu, melakukan penelitian dan lain-lain dengan tujuan menambah pengetahuan yang akan menimbulkan minat tertentu.
- 2) Motif sosial, dapat menjadi faktor yang membangkitkan minat untuk melakukan suatu aktivitas tertentu . Misalnya minat terhadap pakaian timbul karena ingin mendapat persetujuan atau penerimaan dan perhatian orang lain.
- 3) Faktor emosional, minat mempunyai hubungan yang erat dengan emosi. Bila seseorang mendapatkan kesuksesan pada aktivitas akan menimbulkan perasaan senang, dan hal tersebut akan memperkuat minat terhadap aktivitas tersebut, sebaliknya suatu kegagalan akan menghilangkan minat terhadap hal tersebut.

⁶Lin Soraya, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Jakarta Smart City,” Jurnal, Volume 6, No.1, hlm.12.

c. Unsur-Unsur Minat

Minat akan timbul apabila ada unsur-unsur sebagai berikut:

- 1) Terjadinya sesuatu hal yang menarik.
- 2) Terdapat kontraks, yaitu hal yang menonjol satu dengan yang lain, sehingga apa yang menonjol itu menjadi perhatian.
- 3) Adanya harapan untuk mendapatkan keuntungan atau mungkin gangguan dari hal yang dimaksud.
- 4) Perasaan senang, seseorang dapat diketahui dari pernyataan suku terhadap suatu hal atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh.
- 5) Rasa ingin tau adalah sifat seseorang yang ingin mengetahui apa saja yang ada disekitarnya.
- 6) Ketertarikan, rasa tertarik adalah menaruh minat atau perhatian.⁷

3. Bank syariah

a. Pengertian Bank Syariah

Bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan Prinsip Islam . Prinsip syariah adalah prinsip hukum Islam dalam kegiatan perbankan berdasarkan fatwa yang dikeluarkan oleh lembaga yang memiliki kewenangan dalam penetapan fatwa di bidang syariah. Kegiatan usaha yang dijalankan dengan prinsip syariah adalah segala bentuk kegiatan usaha bank syariah yang tidak mengandung unsur:

Riba yaitu Praktik penambahan pendapatan dengan cara tidak halal (batil) seperti dalam transaksi pertukaran barang jenis yang tidak sama

⁷ Parida Mahrani, *Ibid*, Hlm. 26

kualitas, dan waktu penyerahan (fadhl), atau dalam transaksi pinjam meminjam dengan persyaratan nasabah wajib mengembalikan dana yang diterima melebihi pokok pinjaman dengan alasan berjalannya waktu (nasi'ah). Maisir yaitu transaksi yang bersifat untung-untungan pasti. Pada praktiknya, maisir sering diistilahkan sebagai “judi” karena sifatnya yang tidak penuh ketidakpastian atas hasil transaksi yang dilakukan.

Zalim yaitu praktik transaksi yang tidak diketahui atau tidak jelas objeknya, tidak memiliki, tidak diketahui keberadaannya dan hal-hal lainnya yang mengandung ketidakjelasan. Haram yaitu transaksi yang dilarang (diharamkan) secara syariah baik menyangkut objeknya, maupun pihak-pihak yang melakukan transaksi.

Bank syariah sebagai lembaga keuangan yang menjalankan fungsi intermediasi sesuai prinsip kepercayaan melalui penerapan tatakelola bank syariah yang baik yang meliputi transparansi, akuntabilitas, pertanggungjawaban, profesional, dan kewajaran. Guna memberikan keyakinan pada masyarakat dalam menggunakan produk dan jasa bank syariah, maka Undang-undang perbankan syariah mengatur jenis usaha syariah berupa menghimpun dan penyaluran dana disertai larangan untuk menjalankan kegiatan usaha perbankan yang mengandung unsur riba, gharar, maisir dan zhalim. Terjalannya hubungan usaha antara bank syariah dan nasabah yang dilandasi dengan usaha antara bank syariah dan nasabah yang

dilandasi dengan saling mempercayai akan menciptakan iklim usaha yang baik dan sesuai prinsip syariah.⁸

Menurut Enseklopedi Islam, Bank Islam adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan kredit dan jasa- jasa dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip – prinsip syariah .⁹

Bank syariah di Indonesia secara konsepsional dilaksanakan maksud menghindari riba dengan segala praktik dan inovasinya, yang memiliki dua sifat utama, bunga yang berlipat ganda dan aniaya. Selain itu, juga untuk membangun budaya “baru” dalam pengelolaan perbankan mendapat “titipan” dana dari masyarakat, dengan menghindari penentuan persentase bunga yang pasti untung, sebelum usaha itu dilakukan.¹⁰ Hal ini sejalan dengan firman Allah SWT yang tercantum dalam Al- Qur’an Surah Al-Imran’ ayat 130 yang berbunyi:¹¹

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا مُّضَاعَفَةً ۖ وَاتَّقُوا اللَّهَ
لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya:“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan Riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapat keberuntungan.

⁸Lusi Anggaraini, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Ma”had Al-Jami’ah Memilih Program Studi Perbankan Syariah Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan*, (Skripsi, Universitas Islam Negeri syekh Ali Hasan ahmad Addary:Padangsidempuan:2022), hlm 1-3.

⁹Selamet Riyadi, *Strategi Manajemen Bank Syariah Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah*, (Kota Malang:cv Literasi Nusantra Abdi 2022), hlm.20.

¹⁰Basaria Nainggolan, *Pebankan Syariah Di Indonesia*, (Depok:Rajawali Pers,2016), hlm.19.

¹¹*AL- Qura’an Hafalan Mudah Terjemahan Tajwid Warna*, (Bandung, 2018),hlm, 228.

b. Produk Bank Syariah

Berdasar kegiatannya bahwa produk bank syariah dapat dibagi menjadi tiga bagian yaitu: produk penyaluran dana bank syariah, produk penghimpunan dana bank syariah, dan produk yang berkaitan dengan jasa yang diberikan perbankan kepada nasabahnya. Dalam memahami produk bank syariah dapat diuraikan, sebagai berikut:

1) Produk Penyaluran Dana Bank Syariah

Berdasarkan prinsip yang digunakan perbankan syariah dalam menyalurkan dana pada nasabah dengan produk pembiayaan syariah dibedakan sebagai berikut:

a) Transaksi pembiayaan dengan prinsip jual beli (Ba'i) yang ditunjukkan untuk memiliki barang. Prinsip ini dilaksanakan sehubungan dengan adanya perpindahan kepemilikan barang atau benda (*transfer of property*), di mana tingkat keuntungan bank ditentukan di awal yang akan menambah besarnya harga atau bagian harga atas barang yang dijual. Transaksi jual-beli ini dibedakan berdasarkan bentuk pembayarannya dan waktu penyerahan barang tersebut:

(1) Pembiayaan Murabahah *Murabaha bi tsaman ajil* atau lebih dikenal sebagai murabahah. Murabahah berasal dari kata ribhu (keuntungan) adalah transaksi jual-beli di mana bank menyebut jumlah keuntungannya. Pembiayaan murabahah ini lazimnya dilakukan dengan cara pembayaran cicilan (*bi tsaman ajil*), dalam transaksi ini

barang diserahkan segera setelah akad, sedangkan pembayaran dilakukan secara tangguh.

- (2) Salam adalah transaksi jual beli di mana barang yang diperjualbelikan belum ada. Oleh karena itu, barang diserahkan secara tangguh, sedangkan pembayaran dilakukan tunai. Bank bertindak sebagai pembeli, sementara nasabah sebagai penjual.
- (3) Istishna Produk istishna mempunyai produk salam, namun dalam istishna pembayarannya dapat dilakukan oleh bank dalam beberapa kali (termin) pembayaran.
- (4) Transaksi pembiayaan yang ditujukan untuk mendapatkan jasa dilakukan dengan prinsip sewa (Ijarah). Transaksi ijarah dilandasi adanya perpindahan manfaat. Jadi pada dasarnya prinsip ijarah sama saja dengan prinsip jual beli, namun perbedaannya terletak pada objek transaksinya. Transaksi pembiayaan untuk usaha kerja sama yang ditunjukkan guna mendapatkan sekaligus barang dan jasa, dengan prinsip bagi hasil (syirkah). Produk pembiayaan syariah yang didasarkan prinsip bagi hasil adalah:
 - (a) Musyarakah bentuk umum dari usaha bagi hasil adalah musyarakah (syirkah atau syarikah atau serikat atau kongsi).
 - (b) Mudharabah adalah bentuk kerja sama antara dua atau lebih pihak di mana pemilik modal (shahibul maal) memercayakan sejumlah modal kepada pengelola (mudharib) dengan suatu perjanjian pembagian keuntungan.

(c) Produk Penghimpunan Dana di bank syariah dapat berbentuk giro, tabungan dan deposito. Prinsip operasional syariah yang menghimpunan dana masyarakat adalah prinsip wadiah dan mudharabah. Prinsip di bagi menjadi dua yaitu:

(1) Prinsip Wadiah Prinsip Wadiah yang diterapkan adalah wadiah yad dhamanah yang diterapkan pada produk rekening giro.

(2) Prinsip Mudharabah Prinsip ini mengaplikasikan prinsip mudharabah, penyimpan atau deposan bertindak sebagai shahibul maal (pemilik modal) dan bank sebagai mudharib (pengelola).

c. Produk Jasa Bank Syariah

Produk bank syariah dalam kegiatan melayani jasa keuangan antara lain berupa:

1) Hiwalah (alih utang – piutang)

Hiwalah adalah transaksi mengalihkan utang piutang di mana bank hanya mendapat ganti biaya atas jasa pemindahan piutang. Katakanlah seorang supplier bahan bangunan menjual barangnya kepada pemilik proyek yang akan dibayar dua bulan kemudian.

2) Rahn (Gadai)

Tujuan akad rahn adalah untuk memberikan jaminan pembayaran kembali kepada bank dalam memberikan pembiayaan.

3) Qardh (Akad pinjaman)

Qardh adalah pinjaman uang. Aplikasi qardh dalam perbankan biasanya dalam empat hal, yaitu: sebagai pinjaman talangan haji, di mana nasabah calon haji diberikan pinjaman talangan untuk memenuhi syarat penyeteroran.

4) Wakalah (Perwakilan)

Wakalah dalam aplikasi perbankan terjadi apabila nasabah memberikan kuasa kepada bank untuk mewakili dirinya mewakili dirinya melakukan pekerjaan jasa tertentu, seperti pembukuan L / C, inkaso dan tranfer uang.

5) Sarf (jual beli valuta asing)

Pada prinsipnya jual-beli valuta asing sejalan dengan prinsip sharf. Jual beli mata utang yang tidak sejenis ini, penyerahannya harus dilakukan pada waktu yang sama (spot) di mana bank dapat mengambil keuntungan dari jual beli valuta asing ini.¹²

4.Persepsi

a. Pengertian Persepsi

Menurut Asrori Pengertian persepsi adalah proses individu dalam menginterpretasikan, menginterpretasikan, mengorganisasikan,dan memberi makna terhadap stimulus yang berasal dari lingkungan di mana individu tersebut benda, yang berasal dari lingkungan di mana individu tersebut benda, yang berasal dari proses belajar dan pengalaman. Dalam kamus besar

¹²Abdul Nasser dkk, *Audit Bank Syariah*, (Jakarta: kencana, 2020), hlm 23-29.

psikologi, persepsi diartikan sebagai suatu proses pengamatan seseorang terhadap lingkungan dengan menggunakan indra-indra sesuatu yang ada di lingkungannya.

b.Syarat Terbentuknya Persepsi

Menurut Walgito ada tiga syarat terjadinya persepsi:

- 1) Adanya objek yang dipersepsi
- 2) Adanya alat indra dan reseptor
- 3) Adanya perhatian.¹³

5.Generasi Milenial

a.Pengertian Generasi Milenial

Istilah “era milenial” bisa dikatakan periode keemasan generasi milenial, memang sudah akrab kita dengar. Istilah tersebut berasal dari Millennials yang diciptakan oleh dua pakar sejarah dan penulis Amerika, William Strauss dan *Neil Howe* dalam beberapa bukunya. Milenial generation atau generasi Y juga akrab disebut *generation me* atau *echo boomers*. Secara harfiah, memang tidak ada demografi khusus dalam menentukan kelompok generasi yang satu itu. Beberapa ilmuwan dan pakar tetap menggolongkannya berakademis yang dapat tahun lahir awal dan akhir. Seperti halnya pengertian istilah generasi milenial yang di kutip dari www.julrnalcowok.com, “ Menurut para peneliti sosial, generasi Y atau Millennials ini lahir pada rentang tahun 1980an hingga 2000.

¹³Dzul Fahmi, *Persepsi Bagaimana Sejatinnya Persepsi Membentuk Konstruksi Berpikir Kita*, (Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia,2021), hlm.11–18.

Dengan kata lain, generasi Milenial ini adalah anak-anak muda yang saat ini berusia antara 15-35 tahun.” Menurut U.S. *Chamber of Commerce Foundation*, generasi milenial atau *Milenial Generation* adalah generasi manusia yang lahir dengan rentang tahun antara 1980-1999 Masehi. Sedangkan manusia kelahiran tahun 2000 M sampai sekarang disebut dengan generasi Z atau *Z Generation*. Itulah yang dikutip dari jurnal ilmiah karya Nur Azizah Iifatin (Universitas Negeri Surabaya). Salah satu faktor yang mendorong para milenial untuk menciptakan milenial hal baru dengan cara yang kreatif bahkan *out of the box*. Sehingga hadirnya generasi milenial dalam sebuah perusahaan dapat memberikan ide-ide kreatif. Lahirnya di era digital dan teknologi yang berkembang pesat menurut para generasi milenial untuk selalu belajar hal baru karena tidak ingin merasa tertinggal. Faktor inilah yang membuat para milenial memiliki kemampuan *fast learning* alias mampu mempelajari hal baru dengan cepat.

Milenial juga memiliki pikiran yang terbuka sehingga tidak menutup diri dari segala saran maupun kritikan, yang memudahkan mereka untuk segera belajar. Generasi milenial justru memiliki sifat fleksibel dengan mudah beradaptasi dalam setiap perubahan .¹⁴

b. Kelebihan generasi milenial

Generasi milenial memiliki kecenderungan yang berbeda dari generasi sebelumnya, namun disamping itu generasi milenial memiliki

¹⁴Adi Suprayitno dan Wahid Wahyudi, *Pendidikan Karakter Di Era Milenial*, (Sleman: Budi Utama, 2020), hlm 22-23.

kelebihan dan kekurangan yang harus dikelola dengan baik agar dapat menjadi generasi yang maju. Kelebihan dari generasi milenial adalah:

1) Mampu bersaing dan berinovasi

Ditengah kecanggihan teknologi yang berkembang, generasi milenial tumbuh dengan sangat terbuka sehingga mampu melakukan beberapa pekerjaan sekaligus dengan tepat kondusif. Generasi ini mampu menciptakan inovasi dan bersaing dengan pasar yang lebih luas. selain itu, generasi ini juga merupakan generasi yang dianggap paling berpendidikan karena mereka hidup saat konflik sudah mulai mereda sehingga mereka dapat mengenyam pendidikan yang layak.

2) Fleksibel dalam menghadapi perubahan

Generasi milenial dikenal santai namun bertanggungjawab serta mampu menyesuaikan keadaan dengan cepat. Mereka menyukai kebebasan namun memiliki jiwa sosial yang tinggi. Mereka menganggap berbagai adalah gaya hidup yang menjadi investasi dan suatu saat dapat dituai hasilnya.

3) Mandiri dan mampu berfikir kritis

Berkembangnya teknologi yang begitu pesat membuat generasi milenial mampu menyesuaikan pekerjaan dengan mudah. Bagi mereka pengembangan diri adalah hal yang lebih penting dibandingkan dengan kepuasan bekerja. Bahkan generasi ini tidak

mau memperbaiki kesalahannya dan lebih memilih untuk mengembangkan kelebihan yang dimilikinya.

c. Generasi Milenial

Namun, dibalik segudang kelebihan yang dimiliki, terdapat beberapa kelemahan dari generasi yang sangat bergantung pada teknologi ini yaitu:

1) Labil

Generasi milenial cenderung mudah bosan apalagi terhadap pekerjaan yang tidak sesuai passion mereka. Mereka cenderung menyukai sesuatu yang instan dan malas berpikir mendalam. Mereka juga dikenal tidak royal dan lemah dalam hal pengetahuan.

2) Semaunya sendiri

Kecenderungan generasi milenial untuk bersikap semaunya sendiri adalah karena ketidaksukaan mereka untuk diatur. Misalnya ketika berada di kantor mereka bahkan bisa saja memakai sandal jepit asalkan nyaman bagi mereka.

3) Mudah terbawa arus yang belum tentu positif

Generasi milenial memiliki gaya yang kebarat-baratan dan kurang tertarik untuk budaya sendiri. Di zaman yang serba mudah seperti saat ini, mereka cenderung cepat merasa puas dan memiliki sifat malas yang sulit untuk dihilangkan.

4) Kurang pandai mengatur keuangan

Di usia yang masih muda dan produktif generasi milenial tidak memperhatikan catatan pengeluaran dan tidak memiliki pertimbangan

yang matang pada setiap pengeluaran mereka. Dengan dara muda yang masih melekat mereka kurang mampu berpikir jangka panjang.¹⁵

6. Tujuan Generasi Milenial

a. Pengertian Generasi Milenial

Tujuan dari keturunan generasi milenial harus mempunyai kemampuan secara *soft skill* dan *hard skill* yang mengikuti kemajuan zaman, serta diimbangi ilmu agama yang bagus . para generasi ini juga harus memiliki konsep matang yang berkarakter dan berpengetahuan luas serta *friendly*. Bagaimana mereka memndang hubungan antara anak dan orangtua. Karena banyak pengguna generasi ini yang lebih memilih *role model* dan mengadopsi nilai- niali budaya barat yang lebih modern.

Tujuan positif dari pertemanan generasi Milenial adalah bisa memperluas jaringan pertemanan. Dengan semakin luasnya jaringan pertemanan generasi ini, maka kita bisa memperoleh banyak dampak positifnya. Untuk dampak negatifnya para generasi ini harus pandai-pandai menyaring dan memilahnya.¹⁶

b. Peluang Generasi Milenial

Generasi milenial sendiri sebenarnya mempunyai banyak peluang di zaman ini. Mereka haru memilki akses informasi dan komunikasi di abad 21, agar tidak dibilang ketinggala zaman. Tapi janganlah pernah melupakan landasa utama untuk pembentukan moral generasi ini, yaitu iman takwa. Jika mereka mampu memahami secara mendalam ilmu Al- qur'an, insya

¹⁵Hardika dkk, *Transformasi Belajar Generasi Milenial*, (Malang: Un Malang), hlm 4-5.

¹⁶*Ibid*, hlm. 13.

Allah ilmu yang lain akan semakin hebat dan terkontrol. Para generasi ini sudah banyak yang mampu membuat usaha sendiri, hingga memasarkannya secara lebih luas melalui jenjang aplikasi online. Bagi yang tidak mau merespon perkembangan teknologi ini secara bijak dan kreatif, maka mereka akan jauh ketinggalan.

c. Variabel Moderating

Variabel *Moderating* adalah variabel yang dapat memperkuat atau memperlemah hubungan langsung antara variabel independen dengan variabel dependen. Variabel *moderating* adalah variabel yang mempunyai pengaruh terhadap sifat atau arah hubungan antara variabel- variabel independen dengan variabel- variabel dependen kemungkinan positif atau negatif tergantung pada variabel *moderating*, oleh karena itu variabel *moderating* dinamakan pula sebagai *contingency variable*.

d. Analisis Regresi Dengan Variabel Moderating

Variabel *Moderating* adalah variabel independen yang berfungsi menguatkan atau melemahkan hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

B. Kajian / Penelitian Terdahulu

Untuk memperkuat penelitian ini, peneliti melampirkan penelitian terdahulu yang didasarkan sebagai berikut:

Tabel II.I
Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul	Hasil Penelitian
1	Siti Mualifa, 2017, Perbankan syariah, Fakultas Ekonomi Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Salatiga (Skripsi)	Pengaruh Pengetahuan dan Lokasi Terhadap Keputusan Mahasiswa IAIN Salatiga Dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah.	Berdasarkan Hasil uji para meter individual (uji statistik t) Menunjukkan semakin strategis lokasi Bank Syariah dan semakin mudah ATM yang dijumpai maka semakin banyak mahasiswa yang menggunakan jasa perbankan syariah ¹⁷
2.	Vita Nurhayati, 2016	Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Minat Menjadi Nasabah di Lembaga Keuangan Mikro Syariah.	Hasil Analisis Regresi menunjukkan bahwa Variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan lokasi secara parsial dan simultan menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menjadinasabah di KJKS BMT Anda cabang Karanggede ¹⁸
3.	Andi Maulana, 2021 Fakultas Ekonomi Bisnis Islam.	Analisis Pengaruh Pengetahuan produk dan lokasi terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah dengan persepsi generasi milenial sebagai variabel moderating	Pengetahuan produk berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menjadi nasabah di bank syariah dengan dimoderasi oleh persepsi generasi milenial. ¹⁹
4	Arifatul Aini,	Pengaruh Pengetahuan	Berdasarkan hasil uji F

¹⁷Siti Mualifa Perbankansyariah, *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Sala Tiga Dalam Skripsi*, hlm 26.

¹⁸Vita Nurhayati Perbankan syariah, *Fakultas Ekonomi Bisnis Islam, Institut Agama Islam Neger Sala Tiga Dalam Skripsi*, hlm 27.

¹⁹Andi MaulaPerbankan syariah, *FakultasEkonoibisnis Islam, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung Dalam Skripsi*, hlm 29.

	2014, Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam, Fakultas Ekonomi.	Masyarakat Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank.	pengetahuan masyarakat secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat menjadi nasabah bank muamalat cabang Kendal Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang (Thesis) Muamalat Cabang Kendal (Studi Pada Masyarakat Kecamatan Kendal, Kabupaten Kendal) ²⁰
5	Alifah dan Luqman, 2021, jurnal Pendidikan Akuntansi (JPAK)	Pengaruh Pengetahuan, Produk dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung dengan Variabel Moderating Persepsi	Hasilnya menunjukkan terdapat pengaruh pengetahuan perbankan syariah terhadap minat menabung, terdapat pengaruh produk bank terhadap minat, terdapat pengaruh religiusitas terhadap minat menabung, persepsi bukan merupakan variabel moderating pengetahuan perbankan syariah dengan minat menabung, persepsi bukan merupakan variabel moderating produk bank dengan minat menabung, persepsi merupakan variabel moderating religiusitas dengan minat menabung. ²¹

²⁰Arifatul Aini, *Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Salatiga Dalam Skripsi*, hlm 30.

²¹Alifah Dwi Novianti, Luqman Hakim, "Pengaruh Pengetahuan, Produk Dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung Dengan Variabel Moderating Persepsi." *Jurnal Pendidikan Akuntansi (JPAK) Vol 9 No.1 (2021) Vol.9 No.1 (2021)*

Adapun persamaan dan perbedaan peneliti terdahulu dengan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan Siti Mualifa yaitu teknik pengambilan sampel yang mana pada penelitian ini teknik pengambilan sampel menggunakan Snowball Sampling dengan rumus Isac Michel sedangkan penelitian Siti Mualifa menggunakan Stratified Random Sampling. Sedangkan persamaan penelitian adalah sama-sama menggunakan variabel independen yang sama
2. Perbedaan penelitian yang dilakukan peneliti dengan penelitian Vita Nurhayati yaitu peneliti terdahulu menggunakan tiga variabel independen sedang penelitian ini menggunakan 2 variabel independen. Sedangkan persamaan penelitian adalah sama-sama menggunakan variabel dependen yang sama yaitu minat menjadi nasabah.
3. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Andi Maulana, yaitu studi kasusnya berbeda, selain itu perbedaannya juga terdapa pada jumlah sampelnya yang berjumlah 100. Sedangkan peneliti hanya berjumlah 84 sampel. Sedangkan persamaan penelitian adalah sama-sama menggunakan data primer dan juga sama-sama menggunakan variabel dependen yang sama yaitu minat menjadi nasabah.
4. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Arifatul Aini, yaitu studi kasusnya berbeda, selain itu perbedaannya juga terdapat pada rumus pengambilan sampel penelitian ini menggunakan rumus Isac Michel sedang peneliti Nurul Saraswati menggunakan rumus 34 *Slovin*. Sedangkan persamaan

penelitian adalah sama-sama menggunakan data primer. Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Arifatul Aini, yaitu jenis karya ilmiah dalam bentuk Thesis sedangkan penelitian ini dalam bentuk skripsi. Sedangkan persamaanya sama-sama menggunakan variabel dependen yang sama yaitu minat menjadi nasabah.

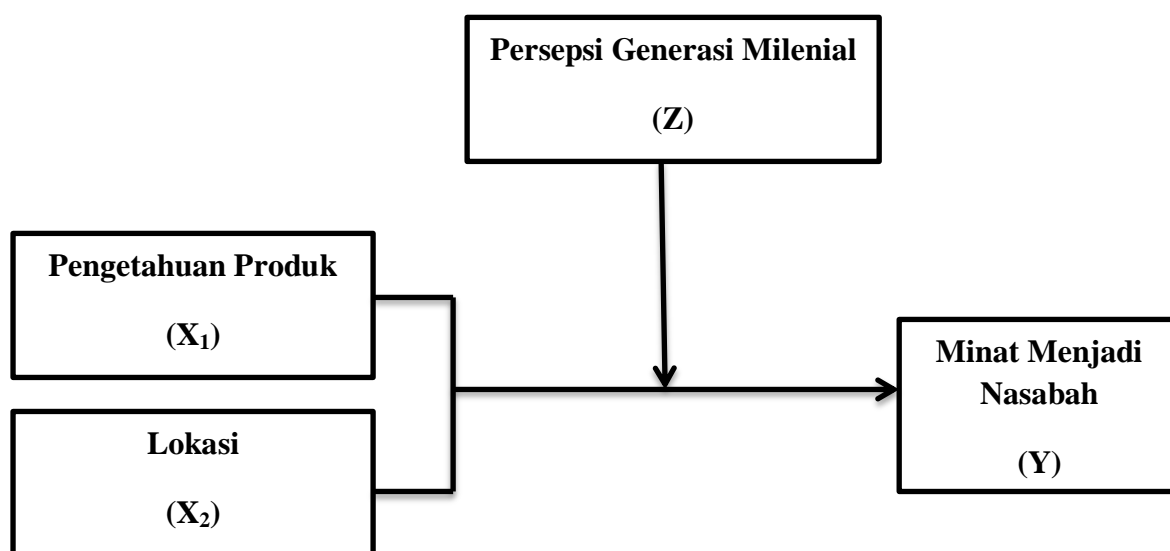
5. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Alifah dan Luqman, yaitu pada variabel independennya menggunakan 3 variabel sedangkan peneliti variabel independennya hanya menggunakan 2 variabel. studi kasusnya berbeda, Sedangkan persamaan penelitian adalah sama-sama menggunakan data primer. Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Alifah dan Luqman, yaitu jenis karya ilmiah dalam bentuk jurnal sedangkan penelitian ini dalam bentuk skripsi. Sedangkan persamaanya sama-sama menggunakan variabel dependen yang sama yaitu minat.

Berbeda dengan judul yang akan saya teliti yaitu Pengaruh Pengetahuan Produk Dan Lokasi Terhadap Minat Menjadi Nasabah di Bank Syariah Dengan Persepsi Generasi Milenial Sebagai Variabel Moderating (Studi pada Mahasiswa Prodi Perbankan Syariah di UIN Syahada) yang mana saya akan meneliti seberapa luas pengetahuan mahasiswa mengenai perbankan syariah. Karena Mahasiswa Perbankan Syariah mempunyai mata kuliah perbankan syariah dan seberapa tau mereka tentang perbankan syariah dan seberapa tau mereka tentang produk-produk bank syariah dan mengapa mereka masih menggunakan bank konvensional.

C. Kerangka Pikir

Kerangka merupakan suatu gambaran dari pengaruh fariabel independent terhadap fariabel dependent yang dipengaruhi pengetahuan rodud dan lokasi terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah dengan persepsi generasi milenial sebagai variabel moderating (studi pada Mahasiswa-Mahasiswa Prodi Perbankan Syariah di Uin Syahada Padangsidempuan) maka dapat digambarkan kerangka pemikiran sebagai berikut :

Gambar II.1
Kerangka pemecahan Masalah



D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah jawaban sementara atas masalah yang menjadi objek dalam penelitian yang didasarkan pada teori yang relevan. Hipotesis bersifat belum pasti, sehingga adakalanya hipotesis yang diberikan mungkin benar dan mungkin salah, sedangkan penolakan atau penerimaan suatu hipotesis tersebut tergantung dari

hasil penelitian terhadap faktor-faktor yang dikumpulkan, kemudian diambil suatu kesimpulan.²²

Berdasarkan pembahasan pada landasan teori dan penelitian terdahulu, maka dapat dikemukakan hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

Ha1 = Ada pengaruh Lokasi terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah

Ho1 = Tidak ada pengaruh Pengetahuan produk terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah

Ha2 = Ada pengaruh Lokasi terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah

Ho2 = Tidak ada pengaruh Lokasi terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah

Ha3 = Ada pengaruh Pengetahuan produk dan Lokasi secara bersama-sama terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah

Ho3 = Tidak ada pengaruh Pengetahuan Produk dan Lokasi secara bersama-sama terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah.

Ha4 = Pengetahuan produk tidak berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah di Bank Syariah dengan persepsi generasi milenial sebagai variable moderasi

Ho4 = Pengetahuan produk berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah di Bank Syariah dengan persepsi generasi milenial sebagai variable moderasi

Ha5 = Lokasi tidak berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah di Bank Syariah dengan persepsi generasi milenial sebagai variable moderasi

Ho5 = Lokasi berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah di Bank Syariah dengan persepsi generasi milenial sebagai variable moderasi

²²*Cara Mudah Menyusun Skripsi, Tesis, Dan Disertai*, hlm 59.

E. Definisi Operasional variabel Independen

1. Variabel Independen

Variabel independen atau variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab pengaruhnya atau timbulnya variabel dependen (terkait). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independent adalah pengetahuan produk dan lokasi.

X1; Pengetahuan produk

X2; Lokasi

X3; Persepsi Generalisasi Milenial

2. Variabel Dependen

Variabel dependen atau Variabel terkait adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah minat menjadi nasabah di bank syariah.

Y: Minat menjadi nasabah

3. Variabel Moderator

Variabel moderator adalah variabel yang mempengaruhi (memperkuat dan memperlemah) hubungan antara variabel independen dan dependen. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel moderating adalah persepsi Mahasiswa Prodi Perbankan Syariah di UIN Syahada Padangsidempuan

X3: Persepsi Mahasiswa Prodi Perbankan Syariah.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Jl. T. Rizal Nurdin No. Km. 4, RW. 5, Sihitang, Kec. Padangsidempuan Tenggara, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SYAHADA Padangsidempuan, kode Pos.22733, Tlp. (0634) 22080 Fax. (0634) 24022. Website: www.uinsyahada.ac.id. Waktu penelitian yang dilakukan pada April 2023 sampai Desember 2023.

B. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan peneliti adalah jenis penelitian kuantitatif metode dapat diartikan sebagai metode yang berlandaskan pada filsafat positivism yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau atau sampel tertentu , teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian dan analisis data bersifat kuantitatif / statistik dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan.penelitian kuantitatif data yang berbentuk angka atau data kuantitatif yang diangkakan.¹

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah Wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang menjadi kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”.² Populasi

¹Endang Widi Winarni, *Teori Dan Praktik Penelitian Kuantitatif Kualitatif*, (Jakarta:Bumi Aksara,2018),hlm. 24.

²Dominikus Dolet Unaradjan, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta:Penerbit Universitas Katolik Indonesia Atman Jaya,2019), hlm.110.

penelitian ini adalah mahasiswa prodi perbankan syariah di Padang sidimpuan, diantaranya adalah seluruh angkatan 2019-2020-2021 mahasiswa prodi perbankan syariah di Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan. Dimana jumlah mahasiswa prodi perbankan syariah di Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan berjumlah 527 Mahasiswa Perbankan Syariah. Alasan peneliti menggunakan Mahasiswa dipilih sebagai subjek penelitian dikarenakan mudah dalam menyebarkan kuisisioner terutama pada mahasiswa perbankan syariah yang sudah memahami perbankan syariah. Selain itu peneliti memprioritaskan mahasiswa angkatan 2019, 2020 dan 2021 karena mahasiswa tingkat akhir dan lebih mengetahui tentang perbankan syariah dan sudah mempelajari tentang Produk bank syariah . Dan keseluruhan populasi adalah 527 mahasiswa perbankan syariah dilihat dari data berikut ini:

Tabel III.1
Data Mahasiswa Angkatan

Angkatan	Uin Syahada Padangsidimpuan
2019	204 orang
2020	175 orang
2021	148 orang
Total	527orang

Sumber : Prodi Perbankan Syariah UIN Syahada Padangsidimpuan

2. Sampel

Sampel adalah Merupakan bagian populasi yng akan diteliti atau sebagian jumlah dari karakteristik yang dimiliki oleh populasi.³ Jadi sampel

³Hidayat Aziz Alimul, *Metode Penelitian Paradigma Kuantitatif*, (Surabaya: Health Books Publishing Editor:Aulia Health Books Publishing, Editor: Aulia Health.

adalah bagian dari populasi yang diharapkan dapat mewakili populasi penelitian.

Sampling yaitu teknik yang digunakan untuk menentukan sampel penelitian. Teknik sampling terdiri dari dua macam yaitu probability sampling dan non probability sampling. Probability sampling merupakan teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap anggota untuk dipilih menjadi anggota populasi. Sedangkan non probability sampling merupakan teknik pengambilan sampel yang ditentukan oleh peneliti sendiri berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tertentu, dengan tidak memberikan kesempatan yang sama pada anggota populasi yang dipilih menjadi sampel.

Dalam penelitian ini pengambilan sampel yang digunakan simple random sampling (sampel acak sederhana), alasannya karena rena simple random sampling ini memberikan kesempatan yang sama kepada setiap populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Dengan demikian maka peneliti memberi hak yang sama kepada subjek untuk memperoleh kesempatan (chance) dipilih menjadi sampel.

Dalam memutuskan besaran sampel, peneliti memakai rumus *slovin* untuk mematok besaran sampel yang dibutuhkan pada riset. Penggunaan rumus *slovin* yaitu:

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e = error level(tingkat kesalahan 100%)

Berasarkan rumus diatas maka dapat dihitung sebagai berikut ini:

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

$$n = \frac{527}{1 + 527 \cdot (0,1)^2}$$

$$n = \frac{527}{1 + 527 \cdot 0,01}$$

$$\underline{n = \frac{527}{1 + 5,27}}$$

$$n = \frac{527}{6,27}$$

$$n = 84,05$$

$$n = 84$$

Maka jumlah sampel dalam peneliti ini adalah sebanyak 84 dari 527 populasi, dengan karakteristik yang bisa dijadikan sampel pada penelitian ini adalah mahasiswa perbankan syariah yang menggunakan tabungan bank syariah.

D. Sumber Data

Dalam penelitian ini data yang digunakan adalah data primer. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari subjek penelitian sebagai informasi. Untuk Penelitian ini data primer bersumber dari Mahasiswa Perbankan Syariah UIN Syahada Padangsidempuan.

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara

Wawancara adalah suatu percakapan yang diarahkan pada suatu masalah; ini merupakan proses tanya jawab lisan, dimana dua orang atau lebih

berhadapan-hadapan secara fisik. Terdapat dua pihak dengan kedudukan yang berbeda dalam proses wawancara. Pihak pertama berfungsi sebagai penanya, disebut pula sebagai interviewe r, sedang pihak kedua berfungsi sebagai pemberi informasi (information supplyer), meminta keterangan atau penjelasan, sambil menilai jawaban-jawabannya.⁴

2. Dokumentasi

Tektik pengumpulan data dengan dokumentasi merupakan kegiatan pengumpulan data dengan melakukan pencarian dokumen-dokumen sesuai dengan masalah penelitian. Teknin pengumpulan data dengan berbentuk tertulis, hasil rapat cenderamata, gambar, foto, jurnal kegiatan atau benda-benda lainnya yang berkaitan dengan aspek yang diteliti. Oleh karena itu, dokumen merupakan sebuah data berupa data rekaman kejadian masa lalu yang telah ditulis atau direkam.⁵

3. Angket atau Kuisisioner

Menurut Sudaryono angket adalah daftar pertanyaan yang berikan kepada orang lain bersedia memberikan respon (responden) sesuai dengan permintaan pengguna. Untuk mendapatkan hasil yang baik dalam penyebaran angket, maka diharapkan ketersediaan responden untuk mengisi angket tanpa ada paksaan dari peneliti ataupun pimpinan degan kata lain, angket merupakan daftar pertanyaan atau pernyataan yang dibuat dengan lengkap dan sesuai dengan variabel penelitian untuk mendapatkan semua informasi-informasi

⁴Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif Teori Dan Praktik*, (Jakarta:Bumi Aksara, 2013), hlm.161.

⁵Nizamuddin dkk, *Metode Penelitian Kajian Teoritis Dan Praktis Bagi Mahasiswa*, (Riau:Dotplus Publisher, 2021),hlm.159-184.

yang diperlukan peneliti. Angket ini diberikan kepada responden yaitu, minat menjadi nasabah di bank syariah untuk menjawab semua item pertanyaan .

Untuk skala pengukuran data yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert. Jawaban setiap item instrumen mempunyai gradasi sangat positif sampai dengan negative yang berupa kata-kata dan untuk keperluan analisis kuantitatif. Pernyataan ini akan menghasilkan skor bagi tiap-tiap sampel yang mewakili setiap nilai skor.

Adapun kisi-kisi angket berdasarkan penelitian sebagai berikut:

Tabel III.2
Bobot Nilai Instrumen Penelitian Berdasarkan Modifikasi
Skala Likert

Jawaban	Bobot Nilai
Sangat Setujuh (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setujuh (KS)	3
Tidak Setujuh (TS)	2
Sangat Tidak Setujuh (STS)	1

F. Teknik Analisis Data

1. Uji Deskriptif

- a. Karakteristik Responden Karakteristik responden yaitu hasil kuesioner berdasarkan kategorikategori tertentu. Pada penelitian ini ada kategorib responden berdasarkan jenis kelamin, usia, dan angkatan
- b. Statistik Deskriptif Statistik mengenai hasil presentase dari tiap jawaban yang diberikan oleh responden data pada penelitian ini yaitu dengan skala likert yang dimana jawaban responden berdasarkan skala 1 sampai dengan 5 yaitu

c. Uji Instrumen

a. Uji validitas

Validitas adalah suatu indeks yang menunjukkan alat ukur tersebut benar-benar mengukur apa yang diukur. Validitas ini menyangkut akurasi instrumen. Untuk mengetahui apakah kuesioner yang disusun tersebut valid, maka perlu di uji dengan skor total kuesioner tersebut. Kualitas data yang diperoleh dari penelitian adalah bergantung pada kualitas instrument pengumpulan data yang digunakan dengan uji validitas dan reabilitas.

Uji validitas yang dilakukan pada peneliti ini adalah dengan menggunakan kolerasi pearson product momen dengan aplikasi SPSS 29. Jika dapat disimpulkan bahwa uji validitas itu adalah uji yang digunakan untuk mencari tahu keakuratan suatu alat penelitian. Berikut ini kriteria pengujiannya adalah:

- 1) Jika r hasil positif,serta $r_{hitung} > r_{tabel}$,maka hal ini berarti bahwa butir atau item pertanyaan tersebut valid.
- 2) Jika r hasil negative,serta $r_{hitung} < r_{tabel}$,maka hal itu berarti bahwa butir atau item pertanyaan tersebut tidak valid.

b. Uji Realibilitas

Uji reliabilitas adalah indeks yang menunjukan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya atau diandalkan.Hal ini berarti menunjukan sejauh mana alat ukur dikatakan konsisten,untuk diketahui bahwa perhitungan uji reabilitas harus dilakukan hanya pada pertanyaan yang

memenuhi uji validitas. Kriteria dalam pengujian reliabilitas yaitu apabila croancbach alpha $> 0,10$ atau 10% maka vaeiabel dikatakan reliabel. Sedangkan apabila croancbach alpa $< 0,10$ maka variabel dikatakan tidak reliabel.

d. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah persyaratan statistik yang harus dipenuhi pada analisis rekresi linear berganda yang berbasis ordinary least square (OLS). Jadi analisis rekresi yang tidak berdasarkan OLS tidak memerlukan persyaratan asumsi klasik, misalnya rekresi logistic atau rekresi ordinal. Demikian juga tidak semua uji asumsi klasik harus dilakukan pada analisis rekresi linear, misalnya uji multikolinearitas tidak dapat dipergunakan pada analisis rekresi linear sederhana dan uji auto korelasi tidak perlu diterapkan pada data cross sectional. Uji asumsi klasik juga tidak perlu dilakukan untuk analisis rekresi linear yang bertujuan untuk menghitung nilai pada variabel tertentu. Misalnya nilai return saham yang dihitung dengan market model, atau market adjusted model. Perhitungan nilai return yang diharapkan dilakuakn dengan persamaan rekresi, tetapi tidak perlu diuji asumsi klasik.⁶

e. Uji Multikolinearitas

Uji bertujuan untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linear berganda. Jika ada korelasi yang tinggi diantara variabel terkait menjadi terganggu. Kriteria untuk mendeteksi multikolinearitas pada suatu model adalah jika nilai variance

⁶Ansokino dkk, *Buku Ajaran Ekonometrika*, (Yogyakarta:DeePublis Juli, 2016), hlm.93.

inflatoion factor (VIF) dan tolerance, apabila nilai $VIF < 10$ dan nilai $tolerance > 0,1$ maka model dapat dikatakan terbebas dari multikolinieritas. Semakin tinggi VIF maka semakin rendah tolerance.

f. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan dari residual satu pengamatan yang lain tetap. Deteksi heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan uji glejser dengan melihat nilai signifikansi dari variabel bebas, dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. Apabila pada uji t untuk variabel bebas memiliki nilai $sig < 0,1$ (10%) maka dapat dipastikan terdapat heteroskedastisitas.
- b. Apabila pada uji t untuk variabel bebas memiliki nilai $sig > 0,1$ (10%) maka dapat dipastikan tidak terdapat heteroskedastisitas.⁷

g. Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan oleh peneliti, bila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) untuk variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai prediktor dimanapopulasi (dinaik turunkan nilainya).Jadi analisis regresi ganda akan dilakukan nya jumlahnya minimal 2.⁸ Pengetahuan produk (X_1) lokasih (X_2) minat menjadi nasabah (Y) . Adapun bentuk persamaan Regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

⁷Nur Halima, *Pengaruh Religiusitas Dan Kepercayaan Menabung Pada Bank Syariah*, "(Skripsi, IAIN Padangsidimpua, 2022), hlm. 44-45.

⁸Lusi Anggraini, *Faktor-Faktot Yang Memengaruhi Minat Mahasiswa Ma'had Al-Jami'ah Memilih Program Studi Perbankan Syariah Uin Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan*, "(Skripsi, UIN syekh Ali Hasan Ahmad Addry Padangsidimpuan, 2022), hlm. 59.

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 +$$

Keterangan:

Y : minat menjadi nasabah

X₁ : pengetahuan Produk

X₂ : lokasi

b₁ b₂ : Koefisien Regresi

h. Uji Hipotesis

Menurut Gunawan bahwa hipotesis adalah suatu asumsi atau anggapan atau dugaan teoritis yang dapat ditolak atau tak ditolak secara empiris . Penentuan apakah suatu hipotesis dapat ditolak atau tak ditolak merupakan tujuan pengujian hipotesis.⁹

a. Uji Parsial (Uji t)

Uji Parsial atau disebut juga sebagai uji-t merupakan salah uji utama yang bisa digunakan dalam analisis regresi linear. Uji parsial ini bertujuan untuk melihat tingkat signifikansi efek atau pengaruh yang diberikan oleh suatu variabel bebas terhadap variabel tak bebas atau variabel terikat. Namun uji parsial tidak dapat melihat seberapa kuat signifikansi pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel tak bebas atau variabel terikat.

Uji persial juga digunakan sebagai indikator utama pemilihan model regresi yang terbaik diantara beberapa pilihan model regresi.¹⁰

⁹Dian Kusuma Wardani, *Pengujian Hipotesis Deskriptif Dan Asosiatif*, (Jombang: Lppm Universitas K H.A Wahab Hasbullah, 2020), hlm. 15.

¹⁰Joko Ade Nursiyono dkk, *Setetes Ilmu Gegresi Linier*, (Malang: Media Nusa Creative, 2016), hlm.129.

b. Uji Simultan (Uji F)

Uji Simultan ini untuk mengetahui pengaruh variabel bebas X_1 dan X_2 secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel Y . Menurut Bhuono Uji simultan menggunakan F-test.”Asumsi yang diajukan manakalah H_a diterima jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ dengan taraf signifikan 5%.¹¹

¹¹Sudjtmoko, *Leader Transformasional*, (Jawa Tengah: Garda Depan Budaya Indonesia,2015),hlm.57.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan

1. Sejarah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan berdiri pada tahun 2010, FEBI berdiri bersamaan proses alih status STAIN Padangsidimpuan menjadi IAIN Padangsidimpuan berdasarkan peraturan Presiden 52 Tahun 2013 tentang Perubahan Sekolah Tinggi Agama Islam Padangsidimpuan menjadi Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan yang ditandatangani oleh Presiden Susilo Bambang Yudhoyono pada tanggal 30 Juli 2013, Peperes ini di undang pada tanggal 6 Agustus oleh Menteri Hukum dan HAM RI, Amir Syamsudin Pada Lembaga Negara Republik Indonesia Tahun 2013 Nomor 122

Tindak lanjut dari peperes tersebut adalah lahirnya Peraturan Menteri Republik Indonesia No. 93 Tahun 2013 tentang Menteri Agama Tentang Organisasi dan Tata Kerja IAIN Padangsidimpuan yang diundang di Jakarta pada tanggal 12 Desember 2013 oleh Menteri Hukum dan HAM, Amir Syamsudin pada Lembaga Negara Republik Indonesia Tahun 2013 Nomor 1459. Melalui peningkatan status ini, IAIN Padangsidimpuan memiliki empat Fakultas, yaitu Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum (FASIH), Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan (FTIK), Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi (FDIK), dan Pasca Sarjana.

Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsimpuan dipercaya untuk melaksanakan arahan Kementrian Agama untuk mewujudkan integrasi dan interkoneksi dan menghilangkan dikotomi ilmu pengetahuan, meskipun terbatas pada ilmu-ilmu sosial dan humaniora. FEBI merupakan fakultas termuda dari empat pengalaman meskipun keempat fakultas sama lahirnya, sebab (tiga) merupakan peningkatan status dari jurusan yang ada ketika masih dibawah bendera STAIN.

Pada hari Rabu, 16 Maret 2022 Prof. Dr. Darwis Harahap, S.HI.,M.Si dilantik oleh rektor IAIN Padangsidimpuan Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag menjadi Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan. Dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawab di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Dekan Dibentuk oleh Dr. Abdul Nasser Hasibuan, M.Si selaku wakil dekan bidang akademik dan pengembangan lembaga. Ibu Dr.Rukiah, M.Si selaku Wakil Dekan Bidang Adminitrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Ibu Dr. Hj.Replita, M.Si, selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan saat ini memiliki lima Program Studi yaitu Perbankan Syariah, Ekonomi Syariah, Akuntansi Syariah, Manajemen Keuangan Syariah, dan Manajemen Bisnis Syariah. Program Studi Perbankan Syariah telah ada sejak tahun 2010 dan Program Studi Ekonomi Syariah pada tahun 2012. Berdasarkan batasan masalah yang peneliti buat diatas peneliti hanya dibatasi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yaitu khususnya pada Program Studi Ekonomi

Syariah. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam berada di Jalan T. Rizal Nurdin, Km.4,5 Sihitang. Padangsidempuan, Kode Pos 22733.¹

2. Visi dan Misi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan

a. Visi

Menjadi pusat pengembangan Ekonomi dan Bisnis Islam berbasis *teoantroekosentris* (*Al-Liahiyah, Al-Insaniyah, Al-Kauniyah*) dan berperan aktif di tingkat internasional

b. Misi

- 1) Menyelenggarakan pendidikan berkualitas secara konsep dan praktis yang berbasis *teoantropoekosentris*
- 2) Mengembangkan jaringan kerjasama dengan pemangku kepentingan internasional dan nasional
- 3) Membangun sistem manajemen dengan tata kelola dan budaya mutu yang baik berbasis teknologi informasi dan komunikasi

c. Tujuan

- 1) Menghasilkan sarjana Ekonomi Islam profesional yang memiliki kompetensi dan keilmuan di bidang Ekonomi dan Bisnis Islam
- 2) Menciptakan pelaku ekonomi yang bermoral, budi pekerti dan mempunyai integritas yang tinggi terhadap pengembangan ekonomi syariah

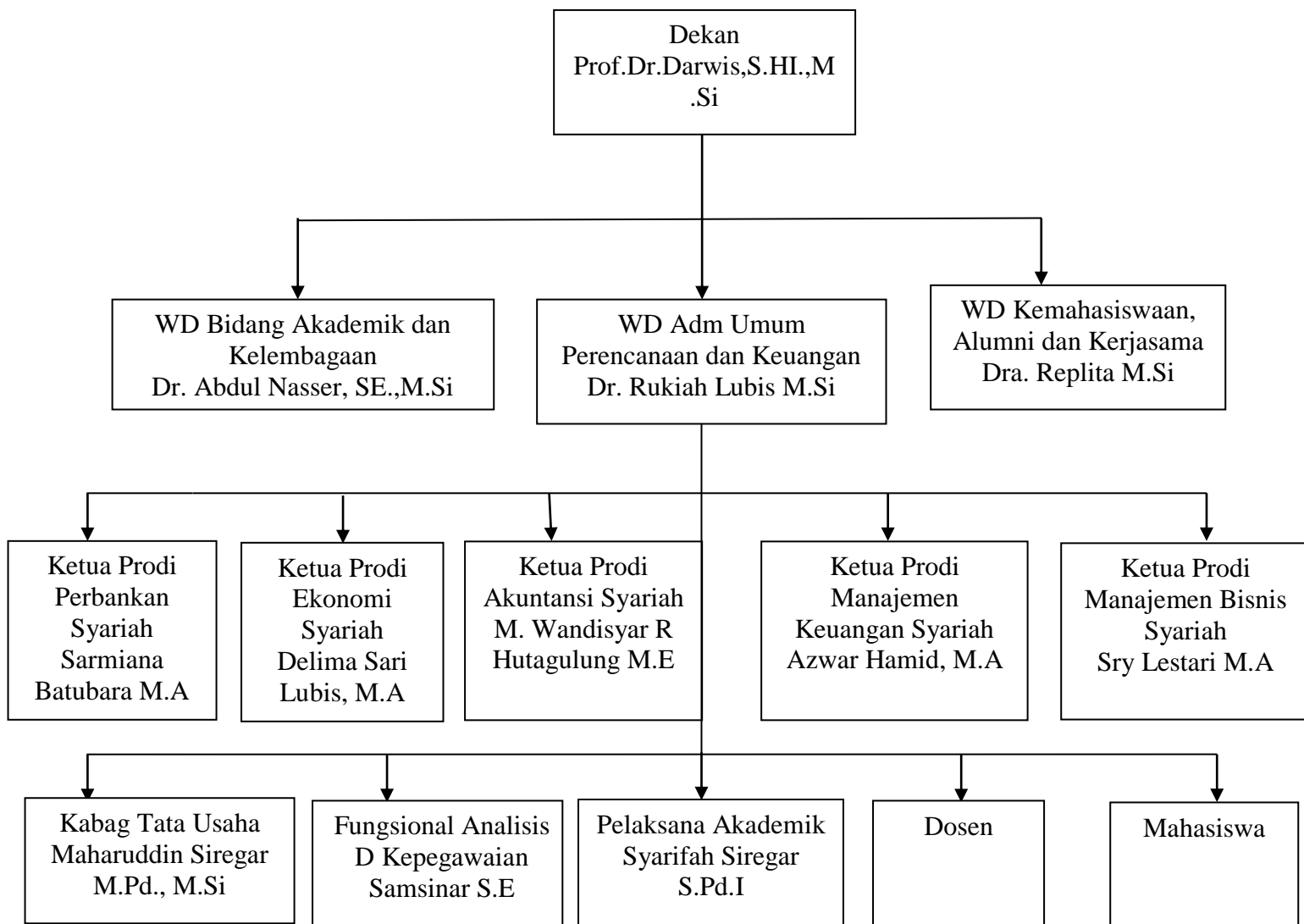
¹Andi MaulaPerbankan syariah, *FakultasEkonoibisnis Islam, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung Dalam Skripsi.*

3. Struktur organisasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Berikut struktur organisasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary

Gambar IV.1
Struktur Organisasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



4. Program Studi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan

a. Program Studi Perbankan Syariah

Program Studi Perbankan Syariah diketuai oleh Sarmiana Batubara M.A, Program Studi Perbankan Syariah dulunya berada di Fakultas Umum setelah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam ada, maka Program Studi Perbankan Syariah beralih ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

1) Visi

Terwujudnya pusat pengembangan keilmuan dan keahlian dibidang perbankan syariah berbasis *teantropoekosentris* (Al-Ilahiyah, Al-Insaniyah, Al-Kauniah) dan berkontribusi ditingkat nasional

2) Misi

- a) Menyelenggarakan Program pendidikan yang unggul dibidang ilmu perbankan syariah yang berbasis *teantropoekosentris*
- b) Menyelenggarakan kegiatan penelitian kompetitif dibidang ilmu perbankan syariah yang diterapkan dalam dunia akademik dan masyarakat
- c) Menyelenggarakan pengabdian kepada masyarakat untuk meningkatkan literasi masyarakat dibidang perbankan syariah
- d) Membangun kerjasama dengan pemangku kepentingan ditingkat regional nasional dan internasional

B. Gambaran Umum Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan Angkatan 2019,2020 dan2021

1. Gambaran Umum Responden

Mahasiswa Progm Studi Ekonomi Syariah angkatan 2019,2020 dan 2021. Peneliti mengambil sampel sebanyak 84 orang informan berdasarkan *purposive sampling* yaitu dengan memilih informan yang sesuai dengan karakteristik, yaitu mahasiswa Perbankan Syariah yang telah melewati Mata Kuliah Perbankan syariah hal ini berkaitan dengan penelitian yaitu Pengaruh Pengetahuan Produk Dan Lokasih Terhadap Minat Menjadi Nasabah Di Bank Syariah Dengan Persepsi Generasi Milenial Sebagai Variabel Moderating Mahasiswa FEBI UIN SYAHADA Padangsidimpuan.

2. Karakteristik Responden

Berdasarkan data dari 84 responden yaitu mahasiswa Program Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan angkatan 2019,2020 dan 2021 telah melewati mata kuliah Kewirausahaan.

Kemudian dalam karakteristik responden yang ditekankan adalah berdasarkan Jenis Kelamin, Umur.

g. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin yaitu menguraikan jenis kelamin responden yaitu laki-laki dan perempuan, dari data primer berdasarkan hasil kuisioner maka diperoleh Jenis Kelamin Laki-Laki yaitu sebanyak 40 orang. Dan Perempuan sebanyak 44 Orang.

- h. Karakteristik responden berdasarkan Usia mengartikan identitas responden berdasarkan usia. Dimana sebanyak 5 orang berusia 23 Tahun, 50 orang yaitu berusia 20 tahun, dan 17 orang berusia 22 tahun.
- i. Karakteristik responden berdasarkan Angkatan mengartikan identitas responden berdasarkan angkatan. Dimana sebanyak 41 orang yaitu angkatan tahun 2019, 28 orang yaitu pada angkatan tahun 2020, dan 15 orang yaitu pada angkatan tahun 2021.

Untuk menguji data penelitian maka peneliti menggunakan program SPSS 29 sebagai berikut:

3. Uji Validitas

Tujuan dari uji validitas ini adalah untuk mengetahui tingkat kevalidan dari suatu kuesioner yang digunakan dalam pengumpulan data yang diperoleh dengan cara mengkorelasi setiap skor variabel jawaban masing-masing responden dengan total skor variabel masing-masing. Uji Validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan nilai r_{tabel} . Hasil dari uji validitas penelitian yaitu dalam prosesnya, untuk mendapatkan hasil yang sempurna tidaklah mudah, sebab dalam pelaksanaan penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan.

Diantara keterbatasan yang dihadapi peneliti selama proses penelitian dalam hal penyusunan skripsi diantaranya adalah:

C. Analisis Hasil Penelitian

1. Deskripsi Objek Penelitian

Dalam penelitian ini data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dengan menggunakan kuesioner (pertanyaan) yang telah peneliti sebarkan kepada responden mahasiswa prodi perbankan syariah di padangsidempuan yaitu pada mahasiswa aktif prodi perbankan syariah angkatan 2019 ,2020 dan 2021 di universitas islam negeri syekh ali hasan ahmad addary padangsidempuan dengan total populasi sebesar 526 dan sampel yang digunakan oleh peneliti sebesar 84 responden. Adapun kriteria dari responden sebagai berikut :

a. Jenis Kelamin

Tabel IV.1
Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Perempuan	44	52,4	52,4	52,4
	Laki-Laki	40	47,6	47,6	100,0
	Total	84	100,0	100,0	

Sumber: Data output SPSS di olah tahun 2023

Berdasarkan tabel diatas maka dapat dilihat jumlah responden dengan jenis kelamin laki-laki mempunyai persentase paling tinggi yaitu sebesar 52.4% dari pada jenis kelamin perempuan yang hanya 47.6%

b. Usia

Tabel IV.2
Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	19-20	35	41,7	41,7	41,7

21-22	25	29,8	29,8	71,4
23	24	28,6	28,6	100,0
Total	84	100,0	100,0	

Sumber: Data output SPSS di olah tahun 2023

Berdasarkan table diatas maka dapat dilihat persentase usia dari responden dimana usia 19-20 tahun memiliki persentase tertinggi yaitu 41.7% kemudian di ikuti dengan usia 21-22 tahun dengan persentase 29.8% serta yang terkecil yaitu persentase usia 23 tahun dengan persentase 28.6%.

c. Angkatan

Tabel IV.3
Angkatan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2019	41	48,8	48,8	48,8
	2020	28	33,3	33,3	82,1
	2021	15	17,9	17,9	100,0
	Total	84	100,0	100,0	

Sumber: Data output SPSS di olah tahun 2023

Berdasarkan tabel diatas maka dapat dilihat responden pada Angkatan 2019 mempunyai persentase responden tertinggi yaitu sebesar 48.8% dan di ikuti dengan responden Angkatan 2020 dengan persentase responden sebesar 33.3% dan persentase responden terkecil yaitu responden Angkatan 2019 dengan persentase 17.9%

2. Uji Instrumen

b. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan cara mengorelasikan masing-masing skor item dengan skor total dari instrument yang ada. Jika r hitung $>$ r table

(dengan signifikansi 0,05) maka instrument atau item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total dan dinyatakan valid. Apa bila r hitung $<$ r table (dengan signifikansi 0,05) maka instrument atau item pertanyaan tidak berkorelasi secara singkat terhadap skor total dan dinyatakan tidak valid

Berdasarkan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebesar 84 responden maka r tabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 0.2120. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan 4 (empat) variabel dan jumlah pernyataan kuesioner variable terdiri dari 33 item pertanyaan diantaranya pernyataan Pengetahuan Produk (X1) ada 10 item pernyataan, Lokasi (X2) terdiri dari 7 item pernyataan, Minat Nasabah (Y) terdiri dari item pernyataan, dan Generasi Milenial (Z) terdiri dari 6 item pernyataan.

1) Uji Validitas Variabel Independent Pengetahuan Produk (X1)

Tabel IV.4
Uji Validitas Variabel Pengetahuan Produk

No	Item Pertanyaan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	X1.1	0.382	0.212	Valid
2	X1.2	0.713	0.212	Valid
3	X1.3	0.395	0.212	Valid
4	X1.4	0.565	0.212	Valid
5	X1.5	0.500	0.212	Valid
6	X1.6	0.563	0.212	Valid
7	X1.7	0.678	0.212	Valid
8	X1.8	0.540	0.212	Valid

9	X1.9	0.345	0.212	Valid
10	X1.10	0.150	0.212	Valid

Sumber: Data primer di olah tahun 2023

Berdasarkan tabel diatas. Maka dapat dilihat dalam penelitian ini terdapat 10 item pertanyaan untuk variable independent pengetahuan produk. Berdasarkan pada output SPSS Versi 29 dari ke 10 item pertanyaan yang diajukan oleh peneliti memiliki status valid, hal tersebut dibuktikan dengan nilai >

2) Uji Validitas Variabel Independent Lokasi (X2)

Tabel IV.5
Uji Validitas Variabel Lokasi

No	Item Pertanyaan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	X2.1	0.675	0.212	Valid
2	X2.2	0.625	0.212	Valid
3	X2.3	0.533	0.212	Valid
4	X2.4	0.650	0.212	Valid
5	X2.5	0.592	0.212	Valid
6	X2.6	0.624	0.212	Valid
7	X2.7	0.306	0.212	Valid

Sumber: Data primer di olah tahun 2023

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat dilihat dalam penelitian ini terdapat 7 item pernyataan untuk variable independent lokasi. Berdasarkan pada data output SPSS Versi 29 dari ke 7 item pertanyaan yang diajukan oleh peneliti memiliki status valid, hal tersebut dibuktikan dengan nilai > .

3) Uji Validitas Variabel dependent Minat Menjadi Nasabah (Y)

Tabel IV.6
Uji Validitas Variabel Minat Nasabah

No	Item Pertanyaan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	Y1.1	0.616	0.212	Valid
2	Y1.2	0.604	0.212	Valid
3	Y1.3	0.315	0.212	Valid
4	Y1.4	0.260	0.212	Valid
5	Y1.5	0.516	0.212	Valid
6	Y1.6	0.532	0.212	Valid
7	Y1.7	0.369	0.212	Valid
8	Y1.8	0.699	0.212	Valid
9	Y1.9	0.630	0.212	Valid
10	Y1.10	0.548	0.212	Valid

Sumber: Data primer di olah tahun 2023

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat dilihat dalam penelitian ini terdapat 10 item pertanyaan untuk variable dependent minat menjadi nasabah, berdasarkan pada datat output SPSS versi 29 dari ke 10 item pertanyaan yang diajukanoleh peneliti memiliki status valid, hal tersebut dibuktikan dengan nilai $>$.

4) Uji Validitas Variabel *Moderating* Generasi Milenial (Z)

Tabel IV.7
Uji Validitas Variabel Generasi Milenial

No	Item Pertanyaan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	Z1.1	0.640	0.212	Valid
2	Z1.2	0.613	0.212	Valid
3	Z1.3	0.550	0.212	Valid

4	Z1.4	0.678	0.212	Valid
5	Z1.5	0.748	0.212	Valid
6	Z1.6	0.667	0.212	Valid

Sumber: Data primer di olah tahun 2023

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat dilihat dalam penelitian ini terdapat 6 item pertanyaan untuk variable *moderating* persepsi generasi milenial. Berdasarkan pada output SPSS Versi 29 dari ke 6 item pertanyaan yang diajukan peneliti memiliki status valid, hal tersebut dibuktikan dengan nilai $>$.

c. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur keandalan suatu kuesioner atau hasil wawancara, uji reliabilitas ini ditunjukan untuk memastikan apakah kuesioner atau daftar pertanyaan wawancara dapat diandalkan untuk dapat menjelaskan penelitian yang sedang dilakukan. Suatu kuesioner atau daftar pertanyaan yang reliabel adalah apabila jawaban responden terhadap pertanyaan atau pernyataan dalam kuesioner dan wawancara tersebut stabil dari waktu ke waktu. Untuk mengetahui hasil uji reliabilitas biasanya dilakukan dengan menginterpretasikan nilai cornbach alpha. Apabila cornbach alpha $>$ 0,6 dapat disimpulkan bahwa keandalan suatu data telah mencukupi, sednagkan apabila nilai Cronbach alpha $<$ 0,6 maka dapat disimpulkan bahwa data peneliti belum dapat diandalkan untuk menjelaskan hasil penelituian. Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan 4 (empat) variable diantaranya adalah: pengetahuan produk

(X1), Lokasi (X2), minat nasabah di bank syariah (Y), dan generasi milenial (Z).

Tabel IV.8
Uji Realibilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Critical Value</i>	<i>N Of Items</i>	Keterangan
Pengetahuan Produk (X1)	0.655	0.6	10	Reliabel
Lokasi (X2)	0.766	0.6	7	Reliabel
Minat Nasabah (Y)	0.667	0.6	10	Reliabel
Generasi Milenial (Z)	0.706	0.6	7	Reliabel

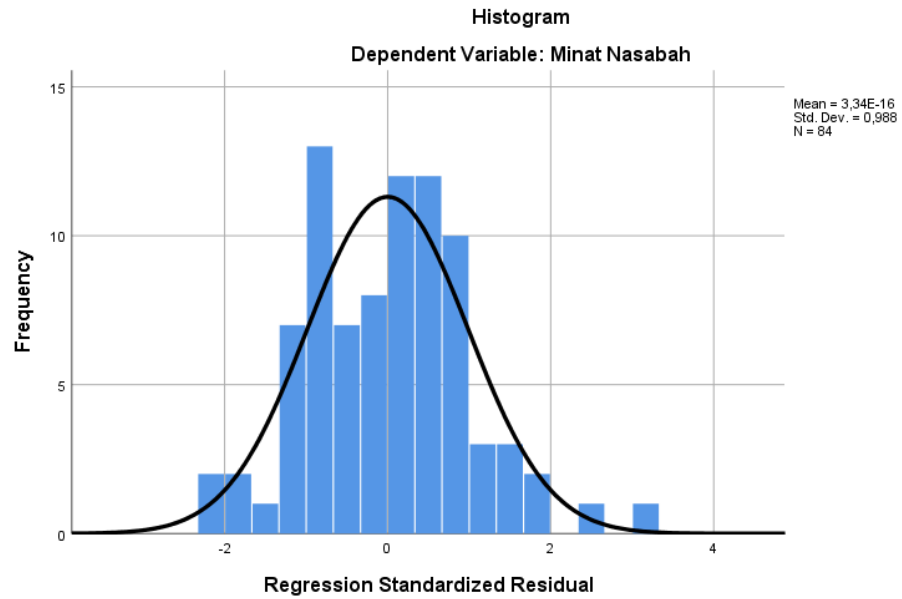
Sumber ; Data primer diolah Peneliti, 2023

Berdasarkan table diatas maka dapat dilihat seluruh instrument dari variable yang diuji mempunyai *cronbach's alpha* > 0.6. dimana suatu variable dikatakan reliabel apabila *Cornbach's Alpha* > dari 0.6. jadi hasil pengujian reliabilitas berdasarkan table diatas dapat disimpulkan variable pengetahuan produk (X1), lokasi (X2), minat nasabah (Y) dan generasi milenial (Z) Bersatu reliabel.

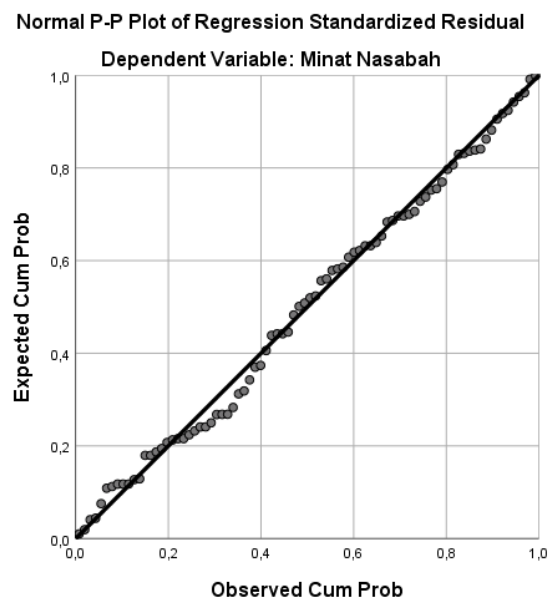
D. Teknik Analisis Data

1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah nilai residual yang dihasilkan berdistribusi normal atau tidak. Ada dua metode yang digunkana dalam uji normalitas yaitu grafik Dan metode uji one sampel Kolmogorov Smirnov.



Dapat dilihat dalam grafik histogram diatas menunjukkan bahwa adanya hubungan antara variable independent: pengetahuan produk (X1), Lokasi (X2) dan variable dependen: minat nasabah (Y), serta variable moderating: Persepsi generasi Milenial (Z), sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi berdistribusi normal berdasarkan grafik histogram.



Dapat dilihat dalam grafik normal P-P Plot diatas menunjukkan bahwa titik-titik yang menyebrang disekitar garis diagonal dan juga mengikuti arah garis diagonal yang membuktikan hubungan antara variable independent: pengetahuan produk (X1), lokasi (X2) dan variable dependent : minat menjadi nasabah (Y), serta variabel moderasi : persepsi generasi milenial (Z) berdistribusi normal. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi berdistribusi normal berdasarkan grafik P-P Plot.

2. Uji Kolmogorov Smirnov

Dalam metode ini digunakan untuk mengetahui apakah data residual berdistribusi normal atau tidak. Residual berdistribusi normal jika signifikansi $> 0,05$

Tabel IV.9
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		84
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,26137646
Most Extreme Differences	Absolute	,068
	Positive	,068
	Negative	-,046
Test Statistic		,068
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

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

Sumber: *Data primer di olah tahun 2023*

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat dilihat nilai Kolmogorov-smirnov pada uji k-s ini sebesar 0.200 lebih besar dari pada 0.05 hal ini

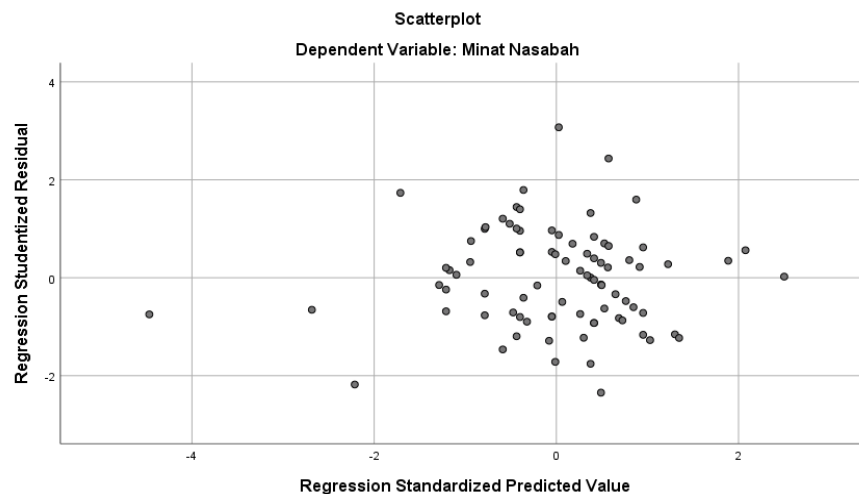
menunjukkan data residual berdistribusi secara normal. Maka dapat disimpulkan model regresi berdistribusi normal berdasarkan uji Kolmogorovsmirnov atau uji k-s layak untuk digunakan.

3. Uji Heteroskidastisitas

Uji heteroskidastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance (variasi) dari nilai residual satu pengamatan ke pengamatan lain bersifat tetap, maka disebut homokedastisitas, namun jika variance dari nilai residual satu pengamatan ke pengamatan lain berbeda maka disebut heteroskidastisitas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi gejala heteroskidastisitas. Dalam analisis statistic ada beberapa cara untuk melakukan berbagai upaya mendeteksi ada tidaknya gejala heteroskidastisitas, antara lain dengan melakukan uji Scatterplots dan uji Glejser.

Adapun dasar pengambil keputusan dalam uji heteroskidastisitas dengan menggunakan uji Glejser adalah sebagai berikut:

- a. Jika nilai signifikasi (Sig.) $>$ dari 0,05 maka kesimpulannya adalah tidak terjadi gejala heteroskidastisitas dalm model regresi.
- b. Sebaliknya, jika nilai signifikasi (Sig.) $<$ dari 0,05 maka kesimpulannya adalah terjadi gejala heteroskidastisitas.



Dapat dilihat dalam grafik Scatterplot diatas menunjukkan bahwa titik titik tidak berpola atau tidak beraturan dan tersebar secara acak, sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi ini tidak adanya gejala heterokidastisitas. Untuk memperkuat hasil dalam pengujian ini maka dari itu penelitian ini menggunakan uji statistic yaitu uji glesjer.

Tabel IV.10
Uji Heteroskedastisitas

Model		Sig.
1	(Constant)	,015
	Pengetahuan Produk	,078
	Lokasi	,765
	Generasi Milenial	,931

Sumber: Data primer di olah tahun 2023

Berdasarkan tabel diatas maka dapat dilihat hasil dari uji heteroskidastisitas nilai sig. pengetahuan produk (X1) memiliki nilai sig. 0.078 > 0.05 dan Lokasi (X2) memiliki nilai sig. 0.765 > 0.05 serta persepsi generasi milenial (Z) memiliki nilai sig. 0.931 > 0.05 hal ini menunjukkan bahwa semua

koefisien parameter untuk variable independent memiliki nilai sig. > 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi ini tidak terdapat gejala heteroskidastisitas.

4. Uji Leniaritas

Uji leniaritas dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat sifat linear atau tidak antar dua variable. Adapun dasar pengambil keputusan dalam uji linearitas adalah sebagai berikut:

- c. Jika nilai Sig. Devination From linearitys > 0,05 maka terdapat hubungan yang linear antara variabel dependent dan variable independent.
- d. Jika nilai Sig. devination from linearitys < 0,05 maka tidak terdapat hubungan yang linear antara variable dependent dan variable independent.

Variable independent dalam penelitian ini ada dua yaitu pengetahuan produk dan lokasi dan variable dependent dalam penelitian ini minat nasabah serta variable moderating dalam penelitian ini generasi milenial.

Tabel IV.11

ANOVA Table

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Minat Nasabah * Pengetahuan Produk	Between Groups	(Combined)	147,681	16	9,230	,666	,817
	Within Groups		929,021	67	13,866		
	Total		1076,702	83			
Minat Nasabah * Lokasi	Between Groups	(Combined)	721,311	13	55,485	10,929	,000
	Within Groups		355,392	70	5,077		
	Total		1076,702	83			
Minat Nasabah * Generasi Milenial	Between Groups	(Combined)	651,685	14	46,549	7,557	,000
	Within Groups		425,018	69	6,160		
	Total		1076,702	83			

Sumber: Data primer di olah tahun 2023

Berdasarkan tabel diatas maka dapat dilihat dari hasil uji linearitas antara variable independent dan variable dependent dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Pengetahuan produk terhadap minat nasabah memiliki nilai sig. Deviation sebesar 0,791. Jika dibandingkan maka $0,791 > 0,05$ maka terdapat hubungan yang linear antara pengetahuan produk dengan minat nasabah.
- b. Lokasi terhadap minat nasabah memiliki nilai sig. devination from linearity sebesar 0,246. Jika dibandingkan maka $0,246 > 0,05$ maka terdapat hubungan yang linear antara lokasi dan minat nasabah.
- c. Generasi milenial terhadap minat nasabah memiliki nilai sig. devination from linearity sebesar 0,905. Jika dibandingkan maka $0,905 > 0,05$ maka terdapat hubungan yang linear antara persepsi generasi milenial dengan minat nasabah.

5. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variable independent. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variable independent dimana nilai tolerance $>$ dari 0,10 dan nilai VIF $<$ dari 10 maka dikatakan bahwa tidak ada multikolinearitas antara variable independent dalam model regresi

Tabel IV.12
Uji Multikolinieritas
Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Pengetahuan Produk	,994	1,006
Lokasi	,436	2,293
Generasi Milenial	,438	2,285

a. Dependent Variable: Minat Nasabah

Sumber: Data primer di olah tahun 2023

E. Analisis Data

1. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

a. Uji regresi linear berganda model 1

Uji regresi linear berganda model 1 dalam penelitian ini merupakan uji regresi linear berganda yang dilakukan oleh peneliti untuk mengetahui hasil dari pengaruh variable pengetahuan produk dan variable lokasi terhadap variable minat nasabah. Berikut ini adalah hasil uji regresi linear berganda model 1, yaitu :

Tabel IV.13
Model 1
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	10,116	3,311		3,055	,003
Pengetahuan Produk	,106	,070	,106	1,517	,133
Lokasi	1,085	,099	,765	10,949	,000

a. Dependent Variable: Minat Nasabah

Sumber: Data primer di olah tahun 2023

Mengacu pada tabel diatas maka model regresi berganda variable pengetahuan produk dan variable lokasi terhadap variable minat menjadi nasabah adalah sebagai berikut :

$$Y = 10,116 + 0,106 X1 + 1,085 X2 + e$$

Koefisien-koefisien persamaan regresi linear berganda di atas dapat diartikan sebagai berikut :

- 1) Hasil perhitungan uji regresi linear berganda diatas menunjukkan koefisien regresi pada variable independent (X1) pengetahuan produk bertanda positif sebesar 0,106, artinya setiap kenaikan 1% dari pengetahuan produk maka minat menjadi nasabah mengalami peningkatan sebesar 0,106.
- 2) Hasil perhitungan uji regresi linear berganda diatas menunjukkan koefisien regresi pada variable independent (X2) lokasi bertanda positif sebesar 1,085, artinya setiap kenaikan 1% dari lokasi maka minat menjadi nasabah mengalami peningkatan sebesar 1,085.

b. Uji Regresi Linier Berganda model 2

Uji regresi linier berganda model 2 dalam penelitian ini merupakan uji regresi linear berganda yang dilakukan oleh peneliti untuk mengetahui hasil dari variable pengetahuan produk dan variable lokasi terhadap variable minat menjadi nasabah dengan persepsi generasi milenial sebagai variable *moderating*. Berikut ini adalah hasil uji regresi linear berganda model 2, yaitu:

Tabel IV.14
Model 2
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	23,434	1,531		15,309	,000
Pengetahuan Produk*Generasi Milenial	,004	,003	,144	1,387	,169
Lokasi*Generasi Milenial	,023	,004	,680	6,531	,000

a. Dependent Variable: Minat Nasabah

Sumber: Data primer di olah tahun 2023

Mengacu pada tabel diatas maka dapat dilihat model regresi berganda variable pengetahuan produk dan variable lokasi terhadap minat menjadi nasabah dengan persepsi generasi milenial sebagai variable *moderating* adalah sebagai berikut :

$$Y = 23,434 + 0,004X_1*Z + 0,023 X_2*Z + e$$

Koefisien-koefisien persamaan regresi linear berganda diatas dapat diartikan sebagai berikut :

- 1) Hasil perhitungan uji regresi linear berganda diatas menunjukkan koefisien regresi pada variable independent pengetahuan produk dengan persepsi generasi milenial sebagai variable *moderating* bertanda positif sebesar 0,004, yang artinya setiap kenaikan 1% dari pengetahuan produk maka minat menjadi nasabah mengalami peningkatan sebesar 0.004 dengan persepsi generasi milenial sebagai variable *moderating*.
- 2) Hasil perhitungan uji regresi linear berganda diatas menunjukkan koefisien regresi pada variable independn lokasi dengan persepsi generasi milenial sebagai variable *moderating* bertanda positif sebesar

0.023, yang artinya setiap kenaikan 1% dari lokasi maka minat menjadi nasabah mengalami peningkatan sebesar 0.023 dengan persepsi generasi milenial sebagai variable *moderating*.

2. Hasil Uji Hipotesis

a. Uji Ftest (Uji Serempak)

Uji F dilakukan untuk mengetahui apakah variable independent bersama-sama dapat mempengaruhi dependent. Adapun dasar pengambilan keputusan dalam uji f adalah sebagai berikut :

- 1) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima, artinya tidak adanya pengaruh yang signifikan antara variable independent secara Bersama-sama terhadap variable dependent.
- 2) Jika $f_{hitung} > f_{tabel}$, maka H_0 ditolak, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara variable independent secara Bersama-sama dengan variable dependent.

Uji F pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah variable independent dan variable *Moderating* secara simultan atau bersama-sama mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap variable dependen. Dalam penelitian ini terdapat 2 model hasil uji F. Adapun hasil uji F model 1 yaitu sebagai berikut :

Tabel IV.15
Model 1
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	652,255	2	326,128	62,237	,000 ^b
Residual	424,447	81	5,240		
Total	1076,702	83			

a. Dependent Variable: Minat Nasabah

b. Predictors: (Constant), Lokasi, Pengetahuan Produk

Sumber: Data primer di olah tahun 2023

Sebelum menyimpulkan hipotesis, terlebih dahulu ditentukan nilai berdasarkan signifikansi 5%. Pada tabel diatas diketahui = 2 dan = 81 dan kemudian diperoleh sebesar 3.11. Dari hasil uji signifikaansi 5 % secara bersama-sama atau simultan (uji F) pada tabel di atas menunjukkan nilai sig. $0.00 < 0.05$. Sedangkan hasil yang diperoleh pada nilai sebesar 62.237. Maka hal ini berarti nilai lebih besar dari yaitu $62.237 > 3.11$ yang berarti H_a diterima dan H_o ditolak. Berdasarkan hasil uji F bahwa secara simultan pengetahuan produk dan lokasi berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah.

Tabel IV. 16
Model 2
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	682,151	2	341,075	70,021	,000 ^b
Residual	394,552	81	4,871		
Total	1076,702	83			

a. Dependent Variable: Minat Nasabah

b. Predictors: (Constant), Lokasi*Generasi Milenial, Pengetahuan Produk*Generasi Milenial

Sumber: Data primer di olah tahun 2023

Sebelum menyimpulkan hipotesis, terlebih dahulu ditentukan nilai berdasarkan signifikansi 5%. Berdasarkan pada tabel diatas diketahui $t = 4$ dan $df = 79$ maka yang diperoleh sebesar 2.49. Dari hasil uji signifikansi simultan (uji F) pada tabel di atas menunjukkan nilai signifikansi $0,00 < 0.05$ dan hasil yang diperoleh untuk sebesar 1076.702. Artinya lebih besar dari yaitu $1076.702 > 2.49$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Jadi berdasarkan hasil uji tersebut dapat dinyatakan bahwa secara bersama-sama atau secara simultan ada pengaruh yang signifikan antara pengetahuan produk dan lokasi terhadap pengetahuan produk dengan persepsi generasi milenial sebagai variable moderating.

b. Uji Ttest

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh variable independent terhadap variable dependent baik secara individu ataupun secara sendiri-sendiri. Adapun pengambil keputusan dalam uji t adalah sebagai berikut :

- 1) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima, artinya tidak ada pengaruh yang signifikan antara variable independent dan variable dependent.
- 2) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak, artinya ada pengaruh yang signifikan antara variable independent dan variable dependent. Sebelum menyimpulkan hipotesis yang diterima atau ditolak, terlebih dahulu menentukan dengan signifikansi 5% berdasarkan uji 2 sisi dan derajat kebebasan ($df = n-1$). Dengan pengujian tersebut diketahui nilai $df =$

Sebelum menyimpulkan hipotesis yang diterima atau ditolak, terlebih dahulu menentukan dengan signifikansi 5% berdasarkan uji 2 sisi dan

derajat keabsahan (df) = $n-1$. Dengan pengujian tersebut diketahui nilai df = 83 dan hasil yang diperoleh untuk adalah 1,9889.

Tabel IV.17
Model 1
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	10,116	3,311		3,055	,003
Pengetahuan Produk	,106	,070	,106	1,517	,133
Lokasi	1,085	,099	,765	10,949	,000

a. Dependent Variable: Minat Nasabah

Sumber: Data primer di olah tahun 2023

Berdasarkan tabel diatas maka hasil dari uji t dapat disimpulkan sebagai berikut :

- 1) Dari hasil uji t pada model 1 dapat dilihat nilai dari variabel pengetahuan produk yaitu sebesar $1,517 < 1,988$ dan nilai signifikansi $0,133 > 0,05$ yang berarti bahwa pengetahuan produk tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat menjadi nasabah.
- 2) Dari hasil uji t model 1 dapat dilihat nilai dari variabel lokasi yaitu sebesar $10,949 > 1,988$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ yang berarti bahwa lokasi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat menjadi nasabah.

Tabel IV.18
Model 2
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	23,434	1,531		15,309	,000
Pengetahuan	,004	,003	,144	1,387	,169
Produk*Generasi Milenial					
Lokasi*Generasi Milenial	,023	,004	,680	6,531	,000

a. Dependent Variable: Minat Nasabah

Sumber: Data primer di olah tahun 2023

Berdasarkan tabel uji t model 2 diatas maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

- 1) Dari hasil uji t model 2 dapat dilihat nilai variabel pengetahuan produk sebesar $1,387 < 1,988$ dan nilai signifikansi $0,169 > 0,05$ yang berarti bahwa pengetahuan produk tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat menjadi nasabah dengan persepsi generasi milenial sebagai variable *moderating*.
- 2) Dari hasil uji t model 2 diketahui nilai variabel lokasi yaitu sebesar $6,531 > 1,988$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ yang berarti bahwa lokasi berpengaruh signifikan terhadap minat menjadi nasabah dengan persepsi generasi milenial sebagai variabel *moderating*.

c. Uji Determinasi (uji R²)

Uji determinasi (R²) digunakan untuk menunjukkan sejauh mana tingkat hubungan antara variable dependen dengan variable independent, atau sejauh mana kontribusi variable mempengaruhi variable dependen. Adapun ciri-ciri dari adalah sebagai berikut :

- 1) Bersarnya nilai koefisien determinasi terletak antara 0 sampai dengan 1 atau $0 \leq \leq 1$
- 2) Nilai nol (0) menunjukkan tidak adanya hubungan antara variable independent dengan variable dependen.
- 3) Nilai satu (1) menunjukkan adanya hubungan yang sempurna antara variable independent dengan variable dependen.

Dalam penelitian ini terdapat 2 model hasil uji koefisien determinasi.

Adapun hasil uji koefisien determinasi model 1 yaitu sebagai berikut:

Tabel IV.19
Model 1
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,778 ^a	,606	,596	2,28912

a. Predictors: (Constant), Lokasi, Pengetahuan Produk

b. Dependent Variable: Minat Nasabah

Sumber: Data primer di olah tahun 2023

Dari hasil uji koefisien determinasi pada tabel diatas, maka dapat dilihat koefisien determinasi dilihat dari nilai Adjusted R Square yaitu sebesar 0,606. Berdasarkan hasil uji tersebut menunjukkan besarnya kemampuan variable independent pengetahuan produk dan lokasi dalam menerangkan variable dependen minat menjadi nasabah dalam penelitian ini yaitu sebesar 60,6%. Kemudian Adapun hasil uji koefisien determinasi model 2 yaitu sebagai berikut :

Tabel 4.20
Model 2
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,796 ^a	,634	,625	2,20704

a. Predictors: (Constant), Lokasi*Generasi Milenial, Pengetahuan Produk*Generasi Milenial

b. Dependent Variable: Minat Nasabah

Sumber: Data primer di olah tahun 2023

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi pada model 1 yaitu sebesar 0,606 atau 60,6% sedangkan pada hasil uji koefisien determinasi model 2 yaitu sebesar 0,625 atau 62,5%. Berdasarkan hal tersebut diketahui nilai koefisien determinasi koefisien determinasi model 2 lebih besar dibandingkan dengan nilai koefisien model 1.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa dengan adanya persepsi generasi milenial sebagai variable *moderating* dapat memperkuat hubungan antara variable pengetahuan produk dan lokasi terhadap variable minat menjadi nasabah.

F. Implikasi Hasil Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk mencari hubungan antar variabel X yaitu pengetahuan produk, dan lokasi. Variabel Y yaitu minat menjadi nasabah dan variabel Z yaitu persepsi generasi milenial. Berdasarkan hasil penelitian yang berjudul "Pengaruh Pengetahuan-Pengetahuan Produk dan Lokasi Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah Sebagai variabel Moderating Persepsi Generasi Milenial (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Perbankan Syariah di UIN syahada Padangsidimpuan)". Ada beberapa saran yang ingin disampaikan peneliti adalah

berdasarkan hasil uji t diatas pada variabel pengetahuan produk maka H_{a1} ditolak dan H_{o1} diterima, artinya tidak ada pengaruh pengetahuan produk terhadap minat menjadi nasabah bank syariah. Hal ini berarti semakin tinggi tingkat pengetahuan produk bank maka tidak akan berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah bank syariah karena menjadi nasabah bank syariah bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan sudah menjadi kebijakan Institut yang sudah diterapkan kepada mahasiswa. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rukmasari dengan judul penelitian “Pengaruh Pengetahuan, Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Nasabah Menggunakan Jasa Pegadaian Syariah (Studi Kasus Pada Pegadaian Syariah Majapahit Semarang)”. Hasil penelitian menyatakan bahwa pengetahuan tidak mempengaruhi variabel dependen (minat menggunakan jasa) secara signifikan² Sedangkan pada variabel lokasi maka H_{a2} diterima dan H_{o2} ditolak artinya ada pengaruh lokasi terhadap minat menjadi nasabah bank syariah, yang dihasilkan yaitu pengaruh positif yang berarti semakin banyak dan strategis lokasi Bank Syariah dalam memberikan layanan produk dan jasa maka akan meningkatkan ketertarikan dan minat konsumen untuk menjadi nasabah di Bank Syariah. Selain itu, apabila lokasi tempat tinggal masyarakat semakin jauh maka akan berpengaruh pada biaya yang akan dikeluarkan sehingga akan mempengaruhi minat seseorang untuk memutuskan menjadi nasabah di bank syariah. Hasil penelitian ini sejalan dengan

²Rukmasari, 2017, “Pengaruh Pengetahuan, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Jasa Pegadaian Syariah.”, Skripsi. Salatiga: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Salatiga.

penelitian yang dilakukan oleh Parida Maharani Siregar , Ilma Nurul Fitriyah³ dan Defi Tiana Sari yang menjelaskan bahwa lokasi mempengaruhi minat untuk menjadi nasabah di bank syariah. Bank syariah dalam menentukan lokasi harus mempertimbangkan faktor-faktor yang dapat meningkatkan minat konsumen menjadi nasabah. Salah satunya jarak lokasi layanan dengan calon nasabah. Konsumen dan nasabah biasanya akan mempertimbangkan jarak lokasi yang mudah dijangkau untuk memilih layanan tersebut karena akan menghemat biaya dan waktu dalam mendapatkan pelayanan. Maka Bank Syariah juga harus dapat meningkatkan penyebaran lokasi cabang agar layanan perbankan Syariah dapat dirasakan oleh semua lapisan masyarakat.

Maka yang diperoleh untuk F_{tabel} adalah sebesar 3.11. Hasil uji simultan (F) pada tabel diatas diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 62.237. sehingga $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $62.237 > 3.11$ yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya ada pengaruh secara simultan pengetahuan produk dan lokasi terhadap minat menjadi nasabah bank syariah. Hasil ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Arifin yang menghasilkan bahwa *product knowledge* berpengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi menabung. Selain itu penelitian dari Nurlaeli juga menghasilkan bahwa pengetahuan tentang produk secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah memilih bank syariah.⁴

³ Fitriya, 2020, “Pengaruh Persepsi, Lokasi, Promosi Dan Pengetahuan Produk Terhadap Minat Menabung Mahasiswa Di Bank Syariah (Studi Empiris Pada Mahasiswa Sarjanah Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Institute Agama Islam Negeri Tulungagung.”

⁴ Niken Nastiti, dkk, 2018, “Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan Perbankan, Pengetahuan Produk Perbankan, Pengetahuan Pelayanan Perbankan Dan Pengetahuan Bagi Hasil Terhadap Prefensi Menggunakan Jasa Perbankan Syariah.” *Asset: Jurnal Ilmiah Bidang Manajemen dan Bisnis* Vol.1 No.1

Sedangkan hasil uji variabel secara moderating yaitu pada variable pengetahuan produk Maka dapat disimpulkan bahwa Ha4 ditolak dan Ho4 diterima artinya variabel persepsi generasi milenial tidak dapat memoderasi pengaruh pengetahuan produk terhadap minat menjadi nasabah pada bank syariah. ini masih belum ada kesamaan dengan penelitian terdahulu dimana persepsi mampu memoderasi pengetahuan perbankan syariah terhadap minat menabung. Penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian dari Imran & Hendrawan yang menyebutkan persepsi mengenai pengetahuan tidak mempengaruhi minat menggunakan produk bank syariah salah satunya yaitu tabungan, artinya yakni minat masyarakat memilih bank syariah bukan dari mengetahui atau tidaknya mengenai produk bank syariah.⁵ Berdasarkan yang telah dijelaskan, peneliti menyimpulkan bahwa adanya perbedaan yaitu pada penelitian terdahulu tidak menggunakan persepsi sebagai variabel moderasi melainkan menjadikan variabel penjelas, namun pada penelitian ini dimana variabel persepsi merupakan variabel moderating. Sehingga pada penelitian ini adanya perluasan hasil dan konsep baru pada penelitian terdahulu. Dan pada variabel lokasi maka Ha5 diterima dan Ho5 ditolak artinya variabel persepsi generasi milenial dapat memoderasi pengaruh lokasi terhadap minat menjadi nasabah pada bank syariah. Sehingga dapat disimpulkan bahwa persepsi generasi milenial sebagai variabel moderasi dapat memperkuat pengaruh lokasi terhadap minat menjadi nasabah. Dengan kata

⁵Imran & Hendrawan, B, 2017, "Pengaruh Persepsi Masyarakat Batam Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menggunakan Produk Bank Syariah. *Of Business Administration*," 1(2)

lain semakin baik lokasi, pengetahuan masyarakat umum dan minat maka semakin berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah.

G. Keterbatasan Penelitian

Pada penelitian ini peneliti melakukan langkah-langkah sesuai dengan panduan yang diberikan Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan agar menghasilkan penelitian yang sempurna, namun dalam pelaksanaan penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan peneliti, diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini memiliki keterbatasan dalam menggunakan variabel yang diteliti yaitu hanya berfokus pada pengaruh pengetahuan produk –produk dan lokasi terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah.
2. Sampel dalam penelitian ini juga hanya untuk angkatan 2019,2020 dan2021 sehingga menyebabkan sampel yang ada dalam penelitian ini 84 sampel.
3. Keterbatasan materi seperti buku-buku referensi yang diperlukan peneliti untuk penulisan skripsi sehingga menyebabkan kendala bagi peneliti untuk melengkapi teori-teori yang diperlukan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data penelitian yang berjudul pengaruh pengetahuan produk dan lokasi terhadap minat menjadi nasabah sebagai variabel moderating persepsi generasi milineal. Dapat ditarik kesimpulan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Hasil pengujian yang dilakukan pada variabel pengetahuan produk. Disimpulkan bahwa Pengetahuan produk tidak berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah.
2. Hasil pengujian yang dilakukan pada variabel lokasi Disimpulkan bahwa lokasi berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah.
3. Hasil pengujian yang dilakukan pada variabel pengetahuan produk dan lokasi secara bersama sama. Disimpulkan bahwa pengetahuan produk dan lokasi secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah . Nilai koefien determinan (R) adalah 60,6%. Nilai tersebut membuktikan bahwa variabel bebas (pengetahuan produk dan lokasi) secara bersama-sama (simultan) mempengaruhi variabel terikat (minat menjadi nasabah) sebesar 60,6% dan sisanya 0,625 dipengaruhi oleh variabel .
4. Hasil pengujian yang dilakukan pada variabel Pengetahuan produk tidak berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menjadi nasabah di Bank Syariah dengan dimoderasi oleh persepsi generasi milenial.

5. Hasil pengujian yang dilakukan pada variabel Lokasi berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menjadi nasabah di Bank Syariah dengan dimoderasi oleh persepsi generasi milenial.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, maka peneliti memberikan saran yaitu:

1. Bagi Lembaga bank syariah diharapkan dapat memperluas pangsa pasarnya dan sosialisasi mengenai keunggulan bank syariah dan produk-produk yang ditawarkan serta layanan yang dapat lebih mudah diakses oleh masyarakat khususnya generasi milenial di era kemajuan teknologi informasi pada saat ini.
2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan penelitian ini dapat menjadi referensi dalam mengembangkan penelitian selanjutnya, dan juga diharapkan untuk lebih mengembangkan variabel-variabel dan indikatornya supaya dapat menghasilkan gambaran yang lebih luas lagi.
3. Bagi generasi milenial diharapkan untuk dapat mengetahui dan mengikuti perkembangan dari teknologi informasi yang berkembang saat ini, dengan cara memfilter pada hal-hal yang positif dan memanfaatkan teknologi pada tepat sasaran yang berujung khususnya pada pemanfaatan jasa perbankan syariah terutama mahasiswa UIN SYAHADA Padangsidimpuan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Nasser dkk. *Audit Bank Syariah*. Jakarta: Kencana, 2020.
- Abuddin Nata. *Islam Dan Ilmu Pengetahuan*. Jakarta: Tamba No 23 Rawamangun, 2018.
- Adhi Prasetio, Dkk. *Konsep Dasar E-Commerce*. Medan: Yayasan Kita Menulis, 2021.
- Adi Suprayitno dan Wahid Wahyudi. *Pendidikan Karakter Di Era Milenial*. Sleman: Budi Utama, 2020.
- AL- *Qura'an Hafalan Mudah Terjemahan Tajwid Warna*. Bandung, 2018.
- Andi Maula Perbankan syariah. *Fakultas Ekonomi Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung Dalam Skripsi*, n.d.
- Ansofino dkk. *Buku Ajaran Ekonometrika*. Yogyakarta: Deepublish, 2016.
- Arifatul Aini. *Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Salatiga Dalam Skripsi*, n.d.
- Bagaskoro. *Pengantar Teknologi Informasi Dan Komunikasi*. Yogyakarta: Deepublish, 2019.
- Basaria Nainggolan. *Perbankan Syariah Di Indonesia*. Depok: Rajawali Pers, 2016.
- Dian Kusuma Wardani. *Pengujian Hipotesis Deskriptif Dan Asosiatif*. Jombang: Lppm Universitas K H.A Wahab Hasbullah, 2020.
- Dominikus Dolet Unaradjan. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Penerbit Universitas Katolik Indonesia Atman Jaya, 2019.
- Dzul Fahmi. *Persepsi Bagaimana Sejatinya Persepsi Membentuk Konstruksi Berpikir Kita*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia, 2021.
- Endang Widi Winarni. *Teori Dan Praktik Penelitian Kuantitatif Kualitatif*. Jakarta: Bumi Aksara, 2018.
- Fitriya, Ilma Nurul. "Pengaruh Persepsi, Lokasi, Promosi Dan Pengetahuan Produk Terhadap Minat Menabung Mahasiswa Di Bank Syariah (Studi Empiris Pada Mahasiswa Sarjanah Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas

- Ekonomi Dan Bisnis Islam, Institute Agama Islam Negeri Tulungagung.”
IAIN Tulungagung, 2020.
- Hardika dkk. *Transformasi Belajar Generasi Milenial*. Malang: Un Malang, 2013.
- Hidayat Aziz Alimul. *Metode Penelitian Paradigma Kuantitatif*. Surabaya: Health Books Publishing Editor:Aulia Health Books Publishing, Editor: Aulia Health Books, 2015.
- Imam Gunawan. *Metode Penelitian Kualitatif Teori Dan Praktik*. Jakarta: Bumi Aksara, 2013.
- Imran & Henrawan, B. “Engaruh Persepsi Masyarakat Batam Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menggunakan Produk Bank Syariah. Of Business Administration,” 1(2) (2017).
- Ismail. *Manajemen Perbankan Dari Teori Menuju Aplikasi*. Jakarta: Prenadamedia Group, 2010.
- Joko Ade Nursiyono dkk. *Setetes Ilmu Gegresi Linier*. Malang: Media Nusa Creative, 2016.
- Kasmir. *Pemasaran Bank*. Jakarta: Kencana, 2018.
- Lin Soraya. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Jakarta Smart City.” *Jurnal* Vol 6 No 1 (n.d.).
- Lusi Anggaraini. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Ma’had Al-Jami’ah Memilih Program Studi Perbankan Syariah Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan*. Padangsidimpuan: Skripsi, Universitas Islam Negeri syekh Ali Hasan ahmad Addary, 2022.
- Lusi Anggraini. *Faktor-Faktot Yang Memengaruhi Minat Mahasiswa Ma’had Al-Jami’ah Memilih Program Studi Perbankan Syariah Uin Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan”*. Padangsidimpuan: Skripsi, UIN syekh Ali Hasan Ahmad Addry Padangsidimpuan, 2022.
- Muhammad Isa. “Gambaran Umum Pemasaran Produk Dan Jasa Perbankan Syariah.” *Jurnal Ekonomi Dan Keislaman* Vol 4 No 1 (2016).
- Niken Nastiti. “Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan Perbankan, Pengetahuan Produk Perbankan, Pengetahuan Pelayanan Perbankan Dan Pengetahuan

- Bagi Hasil Terhadap Prefensi Menggunakan Jasa Pebankan Syariah.”
Asset: Jurnal Ilmiah Bidang Manajemen Dan Bisnis Vol.1 No.1, (2018).
- Nizamuddin dkk. *Metode Penelitian Kajian Teoritis Dan Praktis Bagi Mahasiswa*. Riau: Dotplus Publisher, 2021.
- Nur Halima. *Pengaruh Religiusitas Dan Kepercayaan Menabung Pada Bank Syariah*. Skripsi, IAIN Padangsidimpua, 2022.
- Parida Mahrani. *Pengaruh Pengetahuan Lokasih Terhadap Minat Menjadi Nasabah Di Bank Syariah Studi Kasus Masyarakat Kecamatan Dolok Kabupaten Padang Lawas*. Padangsidimpuan: Skripsi, Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary, 2019.
- Rukmasari, Feti. “Pengaruh Pengetahuan, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Jasa Pegadaian Syariah.” *Skripsi. Salatiga: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Salatiga.*, 2017.
- Selamet Riyadi. *Strategi Manajemen Bank Syariah Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah*. Malang: CVLiterasi Nusantra Abdi, 2022.
- Siti Mualifa Perbankansyariah. *Fakultas Ekonmi Dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Sala Tiga Dalam Skripsi*, n.d.
- Sri Wahyuni. *Kinerja Sharia Conformity And Profitability Index Dan Faktor Determinan*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka, 2020.
- Sudjatmoko. *Leader Transformasional*. Jawa Tengah: Garda Depan Budaya Indonesia, 2015.
- Sugiyono. *Cara Mudah Menyusun Skripsi, Tesis, Dan Disertai*. Bandung: Alfabeta, 2020.
- . *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- Veithzal Rivai dkk. *Islamic Risk Management For Islamic Bank*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2013.
- Vita Nurhayati Perbankan syariah. *Fakultas Ekonomi Bisnis Islam, Institut Agama Islam Neger Sala Tiga Dalam Skripsi*, n.d.
- Wawancara Syapurta Batubara UIN Syahada Pada Tanggal 27 Januari 2020, Pukul 11:30 WIB., n.d.

*Wawancara Evi UIN Syahada Pada Tanggal 25 Januari 2022, Pukul 9:40 WIB.,
n.d.*

*Wawancara Reza Mahasiswi UIN Syahada Pada Tanggal 23 Januari 2022, Pukul
10:30., n.d.*

Yudrik Jahja. *Psikologi Perkembangan*. Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP,
2011.

Lampiran 1

Uji Model 1

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,778 ^a	,606	,596	2,28912

a. Predictors: (Constant), Lokasi, Pengetahuan Produk

b. Dependent Variable: Minat Nasabah

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	652,255	2	326,128	62,237	,000 ^b
	Residual	424,447	81	5,240		
	Total	1076,702	83			

a. Dependent Variable: Minat Nasabah

b. Predictors: (Constant), Lokasi, Pengetahuan Produk

Coefficients^a

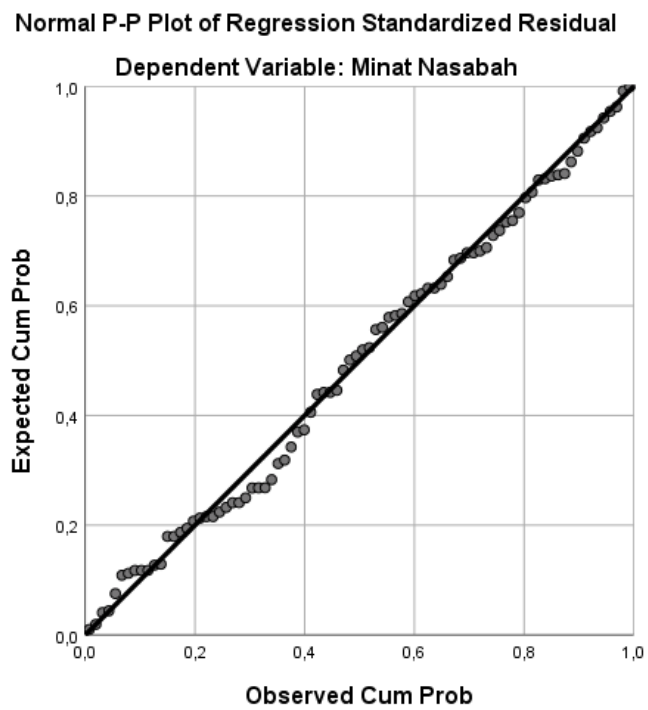
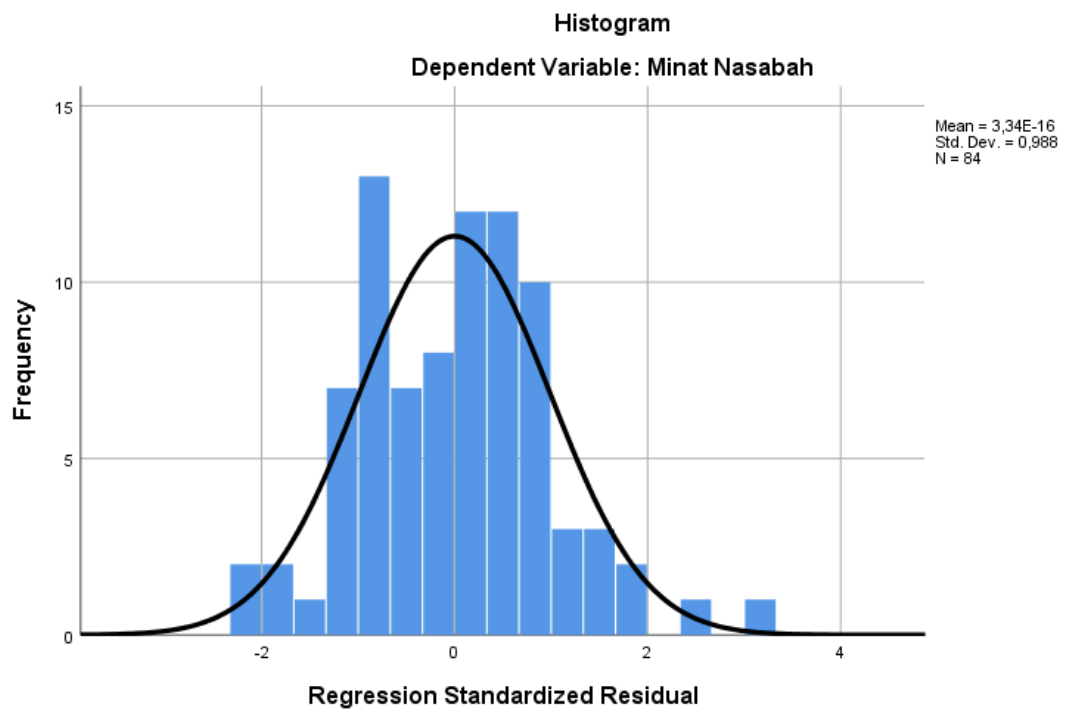
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	10,116	3,311		3,055	,003		
	Pengetahuan Produk	,106	,070	,106	1,517	,133	,997	1,003
	Lokasi	1,085	,099	,765	10,949	,000	,997	1,003

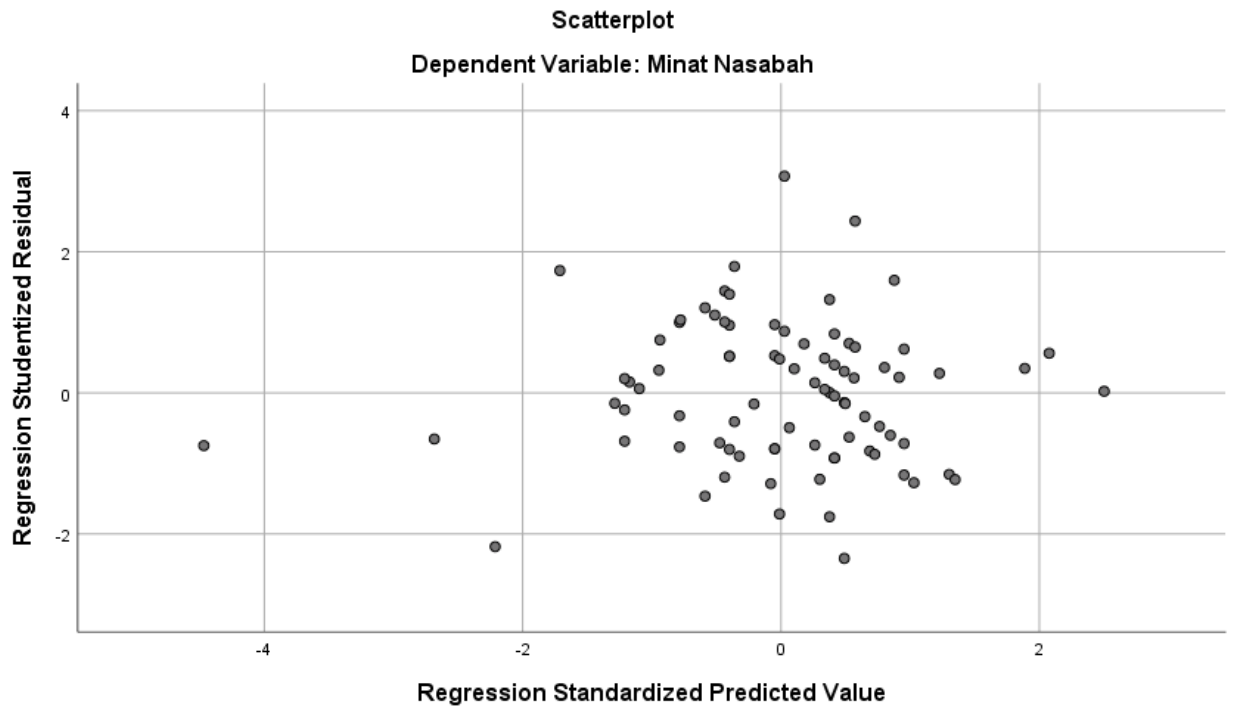
a. Dependent Variable: Minat Nasabah

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions		
				(Constant)	Pengetahuan Produk	Lokasi
1	1	2,986	1,000	,00	,00	,00
	2	,010	17,061	,00	,42	,64
	3	,004	28,141	1,00	,58	,36

a. Dependent Variable: Minat Nasabah





One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		84
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,26137646
Most Extreme Differences	Absolute	,068
	Positive	,068
	Negative	-,046
Test Statistic		,068
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

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

Lampiran

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Coefficients Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4,887	1,975		2,475	,015		
	Pengetahuan Produk	-,073	,041	-,196	-1,787	,078	,994	1,006
	Lokasi	-,026	,088	-,050	-,299	,765	,436	2,293
	Generasi Milenial	,007	,080	,014	,087	,931	,438	2,285

a. Dependent Variable: ABS_RES

Uji Model 2

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,796 ^a	,634	,625	2,20704

a. Predictors: (Constant), Lokasi*Generasi Milenial, Pengetahuan Produk*Generasi Milenial

b. Dependent Variable: Minat Nasabah

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	682,151	2	341,075	70,021	,000 ^b
	Residual	394,552	81	4,871		
	Total	1076,702	83			

a. Dependent Variable: Minat Nasabah

b. Predictors: (Constant), Lokasi*Generasi Milenial, Pengetahuan Produk*Generasi Milenial

		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients				
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	23,434	1,531		15,309	,000		
	Pengetahuan Produk*Generasi Milenial	,004	,003	,144	1,387	,169	,417	2,397
	Lokasi*Generasi Milenial	,023	,004	,680	6,531	,000	,417	2,397

a. Dependent Variable: Minat Nasabah

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Minat Nasabah *	Between Groups	(Combined)	147,681	16	9,230	,666	,817
Pengetahuan Produk	Within Groups		929,021	67	13,866		
	Total		1076,702	83			

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Minat Nasabah * Lokasi	Between Groups	(Combined)	721,311	13	55,485	10,929	,000
	Within Groups		355,392	70	5,077		
	Total		1076,702	83			

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Minat Nasabah *	Between Groups	(Combined)	651,685	14	46,549	7,557	,000
Generasi Milenial	Within Groups		425,018	69	6,160		
	Total		1076,702	83			

	Sig. (2-tailed)	,217	,808	,167	,000	,336	,821	,931	,003	,119		,175
	N	84	84	84	84	84	84	84	84	84	84	84
Pengetahuan Produk	Pearson Correlation	,382**	,713**	,395**	,565**	,500**	,563**	,678**	,540**	,345**	,150	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,001	,175	
	N	84	84	84	84	84	84	84	84	84	84	84

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

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

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	Lokasi
X2.1	Pearson Correlation	1	,163	,231*	,457**	,615**	,152	,225*	,675**
	Sig. (2-tailed)		,139	,035	,000	,000	,169	,041	,000
	N	84	84	84	84	84	83	83	84
X2.2	Pearson Correlation	,163	1	,077	,266*	,132	,807**	,104	,625**
	Sig. (2-tailed)	,139		,489	,014	,233	,000	,348	,000
	N	84	84	84	84	84	83	83	84
X2.3	Pearson Correlation	,231*	,077	1	,281**	,165	,064	,069	,533**
	Sig. (2-tailed)	,035	,489		,010	,133	,566	,534	,000
	N	84	84	84	84	84	83	83	84
X2.4	Pearson Correlation	,457**	,266*	,281**	1	,237*	,285**	,332**	,650**
	Sig. (2-tailed)	,000	,014	,010		,030	,009	,002	,000
	N	84	84	84	84	84	83	83	84
X2.5	Pearson Correlation	,615**	,132	,165	,237*	1	,145	,306**	,592**
	Sig. (2-tailed)	,000	,233	,133	,030		,190	,005	,000
	N	84	84	84	84	84	83	83	84
X2.6	Pearson Correlation	,152	,807**	,064	,285**	,145	1	,228*	,624**
	Sig. (2-tailed)	,169	,000	,566	,009	,190		,039	,000
	N	83	83	83	83	83	83	82	83
X2.7	Pearson Correlation	,225*	,104	,069	,332**	,306**	,228*	1	,306**
	Sig. (2-tailed)	,041	,348	,534	,002	,005	,039		,005

N		83	83	83	83	83	82	83	83
Lokasi	Pearson Correlation	,675**	,625**	,533**	,650**	,592**	,624**	,306**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,005	
N		84	84	84	84	84	83	83	84

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

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

Correlations

		Z1.1	Z1.2	Z1.3	Z1.4	Z1.5	Z1.6	Generasi Milenia
Z1.1	Pearson Correlation	1	,166	,337**	,323**	,455**	,242*	,640**
	Sig. (2-tailed)		,132	,002	,003	,000	,027	,000
	N	84	84	84	84	84	84	84
Z1.2	Pearson Correlation	,166	1	,083	,426**	,361**	,485**	,613**
	Sig. (2-tailed)	,132		,452	,000	,001	,000	,000
	N	84	84	84	84	84	84	84
Z1.3	Pearson Correlation	,337**	,083	1	,051	,332**	,075	,550**
	Sig. (2-tailed)	,002	,452		,642	,002	,498	,000
	N	84	84	84	84	84	84	84
Z1.4	Pearson Correlation	,323**	,426**	,051	1	,392**	,529**	,678**
	Sig. (2-tailed)	,003	,000	,642		,000	,000	,000
	N	84	84	84	84	84	84	84
Z1.5	Pearson Correlation	,455**	,361**	,332**	,392**	1	,385**	,748**
	Sig. (2-tailed)	,000	,001	,002	,000		,000	,000
	N	84	84	84	84	84	84	84
Z1.6	Pearson Correlation	,242*	,485**	,075	,529**	,385**	1	,667**
	Sig. (2-tailed)	,027	,000	,498	,000	,000		,000
	N	84	84	84	84	84	84	84
Generasi Milenia	Pearson Correlation	,640**	,613**	,550**	,678**	,748**	,667**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	84	84	84	84	84	84	84

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

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

Correlations

		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	Y1.7	Y1.8	Y1.9	Y1.10	Minat Nasabah
Y1.1	Pearson Correlation	1	,387**	-,108	-,107	,166	,385**	,017	,619**	,704*	,267*	,616**
	Sig. (2-tailed)		,000	,329	,334	,130	,000	,879	,000	,000	,014	,000
	N	84	84	84	84	84	84	84	84	83	84	84
Y1.2	Pearson Correlation	,387**	1	,086	,019	,262*	,379**	,114	,225*	,194	,548**	,604**
	Sig. (2-tailed)	,000		,434	,866	,016	,000	,302	,039	,079	,000	,000
	N	84	84	84	84	84	84	84	84	83	84	84
Y1.3	Pearson Correlation	-,108	,086	1	,603**	,082	,110	-,106	-,070	-,086	-,024	,315**
	Sig. (2-tailed)	,329	,434		,000	,461	,318	,336	,529	,440	,825	,004
	N	84	84	84	84	84	84	84	84	83	84	84
Y1.4	Pearson Correlation	-,107	,019	,603**	1	,057	-,074	-,070	-,103	-,105	,030	,260*
	Sig. (2-tailed)	,334	,866	,000		,605	,504	,528	,350	,345	,788	,017
	N	84	84	84	84	84	84	84	84	83	84	84
Y1.5	Pearson Correlation	,166	,262*	,082	,057	1	,034	,264*	,413**	,281*	,076	,516**
	Sig. (2-tailed)	,130	,016	,461	,605		,762	,015	,000	,010	,491	,000
	N	84	84	84	84	84	84	84	84	83	84	84
Y1.6	Pearson Correlation	,385**	,379**	,110	-,074	,034	1	,003	,337**	,286*	,344**	,532**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,318	,504	,762		,981	,002	,009	,001	,000
	N	84	84	84	84	84	84	84	84	83	84	84
Y1.7	Pearson Correlation	,017	,114	-,106	-,070	,264*	,003	1	,306**	,117	,117	,369**
	Sig. (2-tailed)	,879	,302	,336	,528	,015	,981		,005	,291	,290	,001
	N	84	84	84	84	84	84	84	84	83	84	84
Y1.8	Pearson Correlation	,619**	,225*	-,070	-,103	,413**	,337**	,306**	1	,719*	,220*	,699**
	Sig. (2-tailed)	,000	,039	,529	,350	,000	,002	,005		,000	,044	,000
	N	84	84	84	84	84	84	84	84	83	84	84
Y1.9	Pearson Correlation	,704**	,194	-,086	-,105	,281*	,286**	,117	,719**	1	,238*	,630**
	Sig. (2-tailed)	,000	,079	,440	,345	,010	,009	,291	,000		,030	,000

	N	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83
Y1.10	Pearson	,267*	,548**	-,024	,030	,076	,344**	,117	,220*	,238*	1	,548**
	Correlation											
	Sig. (2-tailed)	,014	,000	,825	,788	,491	,001	,290	,044	,030		,000
	N	84	84	84	84	84	84	84	84	83	84	84
Minat	Pearson	,616**	,604**	,315**	,260*	,516**	,532**	,369**	,699**	,630*	,548**	1
Nasabah	Correlation											
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,004	,017	,000	,000	,001	,000	,000	,000	
	N	84	84	84	84	84	84	84	84	83	84	84

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

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

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	84	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	84	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
,655	10

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	82	97,6
	Excluded ^a	2	2,4
	Total	84	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
,706	7

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	84	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	84	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,708	6

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	83	98,8
	Excluded ^a	1	1,2
	Total	84	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,667	10

Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	40	52,4	52,4	52,4
	Perempuan	44	47,6	47,6	100,0
	Total	84	100,0	100,0	

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	19-20	35	41,7	41,7	41,7
	21-22	25	29,8	29,8	71,4
	23	24	28,6	28,6	100,0
	Total	84	100,0	100,0	

Angkatan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2019	41	48,8	48,8	48,8
	2020	28	33,3	33,3	82,1
	2021	15	17,9	17,9	100,0
	Total	84	100,0	100,0	

No	Jenis kelamin	Umur	Angkatan
1	2	2	1
2	2	3	2
3	1	3	1
4	2	1	2
5	2	2	2
6	2	2	1
7	1	3	3
8	1	2	1
9	1	3	3
10	2	2	1
11	1	3	3
12	2	3	1
13	1	2	2
14	2	1	1
15	2	1	1
16	2	3	2
17	1	1	1
18	1	3	3
19	2	2	2
20	2	3	1

21	2	2	2
22	1	1	1
23	2	1	2
24	2	2	1
25	2	1	1
26	1	1	2
27	1	1	1
28	2	2	2
29	2	1	1
30	2	3	3
31	1	1	1
32	1	3	3
33	2	1	1
34	1	1	2
35	2	1	1
36	2	1	2
37	2	1	1
38	2	3	3
39	2	3	2
40	2	2	2
41	1	1	1
42	1	3	3
43	1	2	1
44	1	1	1
45	1	2	2
46	1	2	1
47	1	1	1
48	1	2	2
49	1	3	1
50	1	2	1
51	1	3	3
52	1	1	1
53	1	2	1
54	1	1	2
55	1	1	1
56	1	3	3
57	2	2	3
58	1	2	2
59	2	1	1

60	1	1	2
61	1	3	3
62	2	1	1
63	2	1	2
64	1	1	2
65	2	1	1
66	2	2	2
67	2	2	2
68	1	1	1
69	1	3	2
70	1	1	1
71	1	2	2
72	2	1	1
73	2	3	3
74	2	1	3
75	1	1	1
76	2	3	1
77	1	1	2
78	2	3	1
79	1	2	2
80	1	2	1
81	2	1	3
82	1	3	1
83	2	3	2
84	1	2	1

Pengetahuan Produk (X1)										
X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1
5	3	4	5	4	5	3	4	3	4	36
4	5	4	5	4	4	5	5	3	4	39
5	5	4	5	5	5	5	4	3	4	41
4	4	5	5	1	4	4	5	3	5	35
5	5	4	3	5	5	5	3	3	2	38
4	4	5	3	4	5	4	3	3	2	35
5	5	5	4	5	5	5	4	3	4	41
4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	40
4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	29
4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	41

4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	41
5	4	4	5	4	4	4	5	2	3	37
4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	37
4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	33
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	35
4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	36
5	4	4	4	4	5	4	4	2	4	36
4	4	3	4	4	4	4	4	2	4	33
5	4	4	4	5	4	4	4	2	4	36
5	4	4	4	5	5	4	4	2	4	37
3	4	4	4	3	3	4	4	5	4	34
5	4	4	4	4	5	4	4	2	3	36
5	4	4	4	4	5	4	4	3	4	37
4	5	4	4	4	5	5	4	1	4	36
4	5	4	5	1	3	5	5	2	4	34
5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	42
4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	35
5	5	5	5	3	4	5	5	4	4	41
4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	37
4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	36
4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	35
4	4	4	5	5	5	5	4	2	4	38
4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	34
4	4	3	3	4	4	5	5	3	4	35
3	4	4	4	4	5	4	5	4	4	37
4	4	4	4	5	5	4	4	3	4	37
4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	36
4	3	4	4	3	4	3	4	2	4	31
5	4	4	4	4	5	4	4	2	4	36
4	5	4	4	5	5	4	4	4	3	39
5	3	4	4	4	5	3	4	3	4	35
4	5	3	4	4	4	5	4	2	3	35
5	5	4	4	5	5	5	4	4	3	41
4	4	1	5	1	5	4	5	3	3	32
5	5	2	4	5	5	5	4	2	3	37
4	4	4	5	4	5	4	5	3	4	38
5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	36
4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	33

5	4	4	3	4	4	4	3	4	4	35
4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	40
5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	40
4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	39
4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	39
5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	43
4	4	4	5	5	4	5	4	4	3	39
3	4	5	4	4	4	4	3	4	4	35
4	3	3	3	3	3	2	2	3	4	26
4	4	4	3	3	3	5	4	3	4	33
4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	36
5	3	4	5	5	5	3	5	3	4	38
5	5	4	5	5	4	5	5	2	5	40
3	3	4	4	3	5	3	4	2	4	31
5	5	4	5	5	4	5	5	3	4	41
5	5	4	5	4	5	5	5	3	5	41
4	4	3	5	5	3	4	5	3	5	36
5	3	2	2	4	2	3	2	1	2	24
5	3	4	5	4	3	3	5	3	3	35
5	3	4	4	5	4	3	4	4	3	36
2	1	5	4	4	3	4	1	4	4	28
5	3	4	4	4	3	3	4	2	4	32
4	4	4	5	4	2	4	5	3	4	35
4	3	3	4	4	2	3	4	2	4	29
4	2	4	4	4	4	2	4	3	4	31
5	3	4	5	4	3	5	5	3	4	37
4	2	4	5	4	2	2	5	3	4	31
4	4	4	5	4	4	4	5	3	4	37
4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	33
4	3	4	5	4	5	3	5	3	4	36
3	4	4	5	4	4	5	5	3	4	37
4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	35
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
3	4	4	3	4	3	4	3	3	3	31
4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	35

Lokasi (X2)							
X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2
4	5	3	4	4	4	4	24
4	5	3	4	4	4	4	24
4	5	3	4	3	4	3	23
5	5	3	5	5	5	4	28
4	3	3	3	4	3	4	20
5	3	3	4	5	3	3	23
5	4	3	4	4	5	4	25
4	5	5	5	4	5	4	28
3	3	3	3	3	3	2	18
4	4	5	4	4	4	4	25
4	5	4	3	4	5	4	25
4	5	2	4	4	5	4	24
4	4	4	4	4	4	4	24
4	4	1	5	4	4	5	22
4	4	4	4	4	4	4	24
3	4	4	4	3	4	4	22
3	4	2	4	4	4	4	21
3	4	2	4	3	4	5	20
4	4	2	3	4	4	4	21
4	4	2	4	4	4	4	22
4	4	5	4	4	4	3	25
4	4	2	4	4	4	4	22
4	4	4	3	4	4	4	23
4	4	1	3	4	4	4	20
4	5	2	4	4	5	4	24
4	4	4	4	4		4	20
4	4	3	4	4	5	4	24
5	5	4	5	5	5	4	29
4	4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	4	24
4	4	3	4	3	4	3	22
4	5	2	3	4	5	3	23
4	4	2	4	4	4	4	22
3	3	4	4	4	4	5	22
4	4	3	4	4	4	3	23
4	4	3	3	4	4	4	22
4	3	3	4	4	4	4	22

4	4	2	4	4	4	4	22
4	4	2	4	4	4	4	22
4	4	4	4	3	4	4	23
4	4	3	4	4	4	4	23
3	4	2	4	3	4	3	20
4	4	4	4	4	4	4	24
1	5	3	3	4	5	4	21
2	4	2	2	2	4	2	16
4	5	3	5	4	5	4	26
4	4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	3	4	4	4	23
4	4	4	4	4	4	4	24
4	4	3	4	3	4	4	22
4	4	4	4	4	4	4	24
4	5	4	4	4	5	4	26
4	4	4	5	4	4	4	25
4	5	4	5	1	5	4	24
5	4	3	4	5	4	4	25
4	5	3	3	4	5	4	24
4	5	3	3	4	4	4	23
3	4	4	4	3	4	3	22
4	5	3	4	4	5	4	25
4	5	2	4	4	5	4	24
4	4	2	4	4	4	4	22
4	5	3	4	4	5	4	25
4	5	3	4	4	5	4	25
3	5	3	3	3	5	3	22
2	2	1	2	2	2	3	11
4	5	3	4	4	5	4	25
4	4	4	4	4	4	5	24
5	4	3	4	5	4	3	25
4	4	2	3	4	4	4	21
4	5	3	5	4	5	4	26
3	4	2	4	2	4	4	19
4	4	3	4	4	4	4	23
4	5	3	4	4	5	3	25
4	5	3	4	4	5	4	25
4	5	3	4	4	4	4	24
4	4	3	4	3	4	5	22

4	5	3	4	4	5	4	25
4	5	3	3	4	5	4	24
4	4	3	4	4	4	4	23
4	4	4	4	4	4	4	24
4	3	3	3	4	3	4	20
4	4	4	4	4	2	3	22
5	4	4	5	5	4	4	27
3	4	2	4	3	4	3	20

Generasi Milenial (Z)						
Z1.1	Z1.2	Z1.3	Z1.4	Z1.5	Z1.6	Z1
4	4	4	4	5	4	25
4	4	5	4	4	4	25
3	4	2	4	4	4	21
5	5	3	5	5	5	28
4	3	3	3	3	2	18
5	3	3	3	4	2	20
4	5	2	5	4	5	25
4	5	5	5	5	5	29
3	3	3	3	3	3	18
4	4	5	4	4	4	25
4	5	4	4	3	4	24
4	5	3	3	5	4	24
4	4	4	4	4	4	24
4	4	1	4	5	4	22
5	5	5	5	5	5	30
3	4	4	4	4	4	23
4	4	4	3	5	4	24
3	4	2	4	4	4	21
4	4	2	4	3	4	21
4	4	4	4	5	4	25
4	4	4	4	4	4	24
4	4	3	3	4	4	22
4	4	3	4	4	4	23
4	4	5	4	4	4	25
4	5	3	4	4	3	23
4	4	4	3	4	4	23
4	5	2	5	4	5	25
5	5	4	4	5	4	27

4	4	4	2	4	4	22
4	4	4	4	4	2	22
3	4	2	4	4	4	21
4	5	2	4	3	4	22
4	4	2	3	4	3	20
4	5	2	5	4	5	25
4	4	3	4	5	4	24
4	4	3	4	3	4	22
4	4	3	4	4	4	23
4	4	2	3	4	4	21
4	4	2	5	4	4	23
4	3	2	4	3	4	20
4	4	3	3	4	4	22
3	4	2	4	4	3	20
4	4	4	3	4	3	22
4	5	4	4	5	4	26
2	4	2	2	2	3	15
4	5	3	4	5	4	25
4	4	4	4	4	3	23
4	4	4	4	3	3	22
4	4	4	4	4	4	24
4	3	4	2	3	4	20
4	4	4	4	5	4	25
4	5	3	4	4	3	23
4	4	4	3	5	4	24
1	5	3	3	3	3	18
5	4	3	4	4	4	24
4	5	3	3	3	3	21
4	4	2	3	4	4	21
3	4	4	3	4	4	22
4	5	3	4	4	4	24
4	5	2	5	4	5	25
4	4	4	4	4	4	24
4	5	3	4	4	4	24
4	5	3	4	5	4	25
3	5	3	3	3	5	22
2	2	1	2	2	2	11
4	5	4	4	5	4	26
4	4	4	3	4	3	22

5	4	3	4	4	4	24
4	4	2	3	3	4	20
4	5	3	3	5	4	24
3	4	2	4	4	4	21
4	4	4	4	4	4	24
4	5	3	4	4	4	24
4	5	3	4	4	4	24
4	4	3	4	4	4	23
3	4	2	5	4	4	22
4	5	3	4	4	4	24
4	5	3	4	3	4	23
4	4	3	3	4	4	22
4	4	4	4	4	4	24
4	3	3	3	3	3	19
4	4	4	5	4	5	26
5	4	4	5	5	4	27
3	4	2	4	4	4	21

Minat Nasabah (Y)										
Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	Y1.7	Y1.8	Y1.9	Y1.10	Y1
5	4	3	3	4	5	3	4	5	4	40
4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	40
4	4	5	4	4	5	3	4	4	4	41
5	4	4	4	5	5	3	5	5	5	45
3	2	5	5	5	3	3	3	5	2	36
4	4	4	4	5	3	3	4	4	2	37
5	4	4	5	5	4	3	4	4	5	43
5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	46
2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	28
4	4	2	4	4	4	5	4	4	4	39
3	4	5	5	4	5	4	3	3	4	40
5	4	4	4	4	5	2	4	5	4	41
4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	42
5	4	4	4	4	4	1	5	5	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	39
5	4	4	4	3	4	2	4	5	4	39
4	2	4	4	3	4	2	4	4	4	35

3	4	5	3	4	4	2	3	3	4	35
5	4	5	5	4	4	2	4	5	4	42
4	4	3	3	4	4	5	4	4	4	39
4	4	5	5	4	4	2	4	4	4	40
4	4	5	5	4	4	3	4	4	4	41
4	4	4	4	4	4	1	3	4	4	36
4	3	4	4	5	2	4	4	4	3	37
4	3	2	4	4	4	4	4	4	4	37
4	5	4	4	4	4	4	3	4	5	41
5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	46
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	3	3	4	4	4	4	4	2	36
4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	40
3	4	5	5	4	5	2	3	3	4	38
4	3	4	4	4	4	2	4	4	3	36
4	5	4	4	4	3	4	4	4	5	41
5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	46
3	4	4	5	4	4	3	3	3	4	37
4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	39
4	2	3	3	2	4	4	4	4	4	34
4	4	2	4	4	4	2	4	4	4	36
3	4	5	5	4	4	4	4	3	4	40
4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	37
4	3	4	5	3	4	2	4	4	3	36
4	4	5	5	4	4	4	4	4	3	41
5	4	4	4	1	5	3	3	5	4	38
2	3	5	5	2	4	2	2	2	3	30
5	4	4	4	4	5	3	5	5	4	43
4	3	4	5	4	4	4	4	4	3	39
3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	35
4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	38
3	4	2	4	4	3	4	3	3	5	35
3	3	5	5	4	4	4	5	5	4	42
4	3	4	4	4	5	4	5	4	3	40
5	4	5	5	4	4	4	5	5	4	45
5	4	4	4	4	5	4	5	3	3	41
4	3	4	4	5	4	3	4	4	4	39
3	3	4	4	4	5	3	3	3	3	35
4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	40

4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	39
4	4	5	3	4	5	3	4	4	4	40
4	5	5	5	4	5	2	4	4	5	43
4	4	3	3	4	4	2	4	4	4	36
4	4	5	5	4	5	3	4	4	4	42
4	5	5	5	5	4	5	4	4	5	46
3	5	4	4	3	5	3	3	3	5	38
3	3	4	4	2	2	1	2	2	2	25
5	4	2	4	4	5	3	4	5	4	40
4	4	4	4	4	4	5	4		3	36
4	4	4	4	5	4	3	4	4	3	39
4	4	4	4	4	4	2	3	3	4	36
4	4	3	3	4	5	3	5	5	4	40
4	4	4	5	3	4	2	4	4	4	38
4	4	5	5	4	4	3	4	4	4	41
4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	40
4	4	5	5	4	5	3	4	4	4	42
4	4	3	3	4	5	3	4	4	4	38
4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	40
4	4	5	5	4	5	3	4	4	4	42
4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	40
3	4	5	5	4	4	3	4	4	4	40
3	3	4	5	4	3	4	4	4	4	38
3	3	4	5	4	3	3	3	3	3	34
4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	41
3	4	3	3	5	4	4	5	5	4	40
4	4	2	4	3	4	2	4	4	4	35

IDENTIFIKASI RESPONDEN

Angket Penelitian

Analisi Pengaruh Pengetahuan Produk- Produk Dan Lokasi Terhadap Minat Menjadi Nasabah Di Bank Syariah Peresepsi Generasi Milenial Sebagai Variabel Moderating Studi Kasus Mahasiswa FEBI Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.

Identitas Responden

Nama :

NIM :

Jenis Kelamin : Laki- laki Perempuan

Angkatan : 2019 2020 2021

Alamat :

Petunjuk Pengisian

Berikan *cheklis* (✓) pada setiap jawaban anda.

Setiap pernyataan berikut ini terdiri atas lima pilihan jawaban, sebagai berikut:

SS = Sangat Setuju (5)

S = Setuju (4)

KS = Kurang Setuju (3)

TS = Tidak Setuju (2)

STS = Sangat Tidak Setuju (1)

DAFTAR PERTANYAAN

Pernyataan Pengetahuan Produk (Variabel X1)

NO	PERNYATAAN	ALTERNATIF JAWABAN				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Saya mengetahui produk-produk bank syariah .					
2	Saya mengetahui produk yang digunakan oleh bank syariah.					
3	Saya mengetahui produk akad jual beli bank syariah.					
4	Saya mengetahui produk akad bagi hasil bank syariah					
5	Saya mengetahui produk akad sewa menyewa bank syariah					
6	Saya mengetahui produk bank syariah yang menggunakan sistem bagi hasil (Nisba)					
7	Bank syariah memiliki perbedaan dengan bank konvensional.					
8	Bank syariah lebih menguntungkan dari bank konvensional					
9	Saya mengetahui bank syariah dari media					
10	Bank syariah jarang diberitakan oleh media.					

Pernyataan Lokasi (Variabel X2)

NO	PERNYATAAN	ALTERNATIF JAWABAN				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Lokasih bank syariah berada di tempat yang strategis.					
2	Lokasih bank syariah berada di tepi jalan .					
3	Lokasih bank syariah mudah di jangkau oleh sarana					
4	Perkembangan bank syariah cukup luas					
5	Lokasih bank syariah sangat aman					
6	Lokasih bank syariah tidak nyaman.					
7	Lokasi bank syariah nyaman dan luas memudahkan untuk megakses melalui ATM					

Pernyataan Generasi Milenial (Variabel X3)

NO	PERNYATAAN	ALTERNATIF JAWABAN				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Menurut saya produk yang ditawarkan oleh bank syariah sesuai dengan kebutuhan dan keinginan saya					
2	Menurut saya lebih cocok di bank syariah karena pelayanan dan produk yang ditawarkan					
3	Menurut saya sistem di bank syariah lebih jelas karena sesuai syariat islam					
4	Menurut teman saya bank syariah itu bank yang beroperasi berdasarkan syariat islam dan memberikan kemaslahatan					
5	Menurut saya iklan yang dilakukan oleh bank Syariah melalui media elektornik seperti televisi,internet dapat menarik minat generasi milenial .					
6	Menurut saya perkembangan teknologi di era milenial dapat menjadi salah satu Langkah pemasaran bank syariah dalam menarik minat menjadi nasabah.					

Pernyaan Minat Menjadi Nasabah (Variabel Y)

NO	PERNYATAAN	ALTERNATIF JAWABAN				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Menurut saya bank Syariah sama saja dengan bank konvensional					
2	Iklan yang dilakukan oleh bank syariah mampu menarik minat saya menjadi nasabah di bank syariah					
3	Label syariah merupakan daya tarik untuk menjadi nasabah di bank syariah					
4	Pengetahuan mengenai prinsip-prinsip bank syariah yang membuat saya minat menjadi					

	nasabah di bank syariah					
5	Saya menjadi nasabah bank syariah karena tidak menggunakan riba					
6	Saya tidak tertarik bertransaksi di bank syariah					
7	Promosi merupakan daya tarik menjadi nasabah di bank syariah					
8	Minat menjadi nasabah di bank syariah yang di pengaruhi oleh lingkungan sekitar					
9	Informasi menabung di bank syariah ini cukup baik dan cukup simpatik					
10	Menabung di bank syariah mudah untuk di jangkau					

Padangsidimpuan, April 2023
Resonden

.....

Hasil Uji Validitas Pengetahuan Produk (X1)

Correlations

	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	Total
X1.1 Pearson Correlation	1	.254*	-.052	.073	.304*	.161	.254*	-.016	-.112	-.114	.359**
Sig. (2-tailed)		.020	.642	.510	.005	.143	.020	.886	.309	.301	.001
N	84	84	84	84	84	84	84	84	84	84	84
X1.2 Pearson Correlation	.254*	1	.040	.090	.217*	.289*	1.000**	.093	.125	.009	.681**
Sig. (2-tailed)	.020		.717	.414	.048	.008	.000	.399	.258	.938	.000
N	84	84	84	84	84	84	84	84	84	84	84
X1.3 Pearson Correlation	-.052	.040	1	.163	.122	.039	.040	.137	.253*	.235*	.382**
Sig. (2-tailed)	.642	.717		.139	.270	.726	.717	.215	.020	.032	.000
N	84	84	84	84	84	84	84	84	84	84	84
X1.4 Pearson Correlation	.073	.090	.163	1	-.109	.009	.090	.938*	.077	.454*	.497**
Sig. (2-tailed)	.510	.414	.139		.322	.933	.414	.000	.489	.000	.000
N	84	84	84	84	84	84	84	84	84	84	84
X1.5 Pearson Correlation	.304*	.217*	.122	-.109	1	.147	.217*	-.113	.043	-.068	.410**
Sig. (2-tailed)	.005	.048	.270	.322		.181	.048	.307	.700	.536	.000
N	84	84	84	84	84	84	84	84	84	84	84
X1.6 Pearson Correlation	.161	.289**	.039	.009	.147	1	.289**	.010	.107	.069	.488**
Sig. (2-tailed)	.143	.008	.726	.933	.181		.008	.931	.334	.535	.000
N	84	84	84	84	84	84	84	84	84	84	84
X1.7 Pearson Correlation	.254*	1.000**	.040	.090	.217*	.289*	1	.093	.125	.009	.681**
Sig. (2-tailed)	.020	.000	.717	.414	.048	.008		.399	.258	.938	.000

N	84	84	84	84	84	84	84	84	84	84	84
X1.8 Pearson Correlation	-.016	.093	.137	.938*	-.113	.010	.093	1	.101	.468*	.485**
Sig. (2-tailed)	.886	.399	.215	.000	.307	.931	.399		.361	.000	.000
N	84	84	84	84	84	84	84	84	84	84	84
X1.9 Pearson Correlation	-.112	.125	.253*	.077	.043	.107	.125	.101	1	.133	.420**
Sig. (2-tailed)	.309	.258	.020	.489	.700	.334	.258	.361		.228	.000
N	84	84	84	84	84	84	84	84	84	84	84
X1.10 Pearson Correlation	-.114	.009	.235*	.454*	-.068	.069	.009	.468*	.133	1	.399**
Sig. (2-tailed)	.301	.938	.032	.000	.536	.535	.938	.000	.228		.000
N	84	84	84	84	84	84	84	84	84	84	84
Total Pearson Correlation	.359*	.681**	.382*	.497*	.410*	.488*	.681**	.485*	.420*	.399*	1
Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
N	84	84	84	84	84	84	84	84	84	84	84

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

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

Hasil Uji Validitas Lokasi (X2)

Correlations

	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	Total
X2.1 Pearson Correlation	1	.163	.231*	.456**	.622**	.164	.185	.669**
Sig. (2-tailed)		.139	.035	.000	.000	.137	.091	.000
N	84	84	84	84	84	84	84	84
X2.2 Pearson Correlation	.163	1	.055	.328**	.124	.876**	.115	.610**
Sig. (2-tailed)	.139		.619	.002	.262	.000	.297	.000
N	84	84	84	84	84	84	84	84
X2.3 Pearson Correlation	.231*	.055	1	.312**	.149	.084	.003	.516**

	Sig. (2-tailed)	.035	.619		.004	.176	.450	.978	.000
	N	84	84	84	84	84	84	84	84
X2.4	Pearson Correlation	.456**	.328**	.312**	1	.265*	.338**	.196	.693**
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.004		.015	.002	.074	.000
	N	84	84	84	84	84	84	84	84
X2.5	Pearson Correlation	.622**	.124	.149	.265*	1	.152	.228*	.597**
	Sig. (2-tailed)	.000	.262	.176	.015		.168	.037	.000
	N	84	84	84	84	84	84	84	84
X2.6	Pearson Correlation	.164	.876**	.084	.338**	.152	1	.172	.640**
	Sig. (2-tailed)	.137	.000	.450	.002	.168		.117	.000
	N	84	84	84	84	84	84	84	84
X2.7	Pearson Correlation	.185	.115	.003	.196	.228*	.172	1	.436**
	Sig. (2-tailed)	.091	.297	.978	.074	.037	.117		.000
	N	84	84	84	84	84	84	84	84
Total	Pearson Correlation	.669**	.610**	.516**	.693**	.597**	.640**	.436**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	84	84	84	84	84	84	84	84

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

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

Hasil Uji Validitas Persepsi Milenial (X3)

Correlations

	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	Total
X3.1 Pearson Correlation	1	.179	.340**	.301**	.481**	.207	.646**
Sig. (2-tailed)		.103	.002	.005	.000	.059	.000
N	84	84	84	84	84	84	84
X3.2 Pearson Correlation	.179	1	.046	.449**	.336**	.501**	.611**
Sig. (2-tailed)	.103		.680	.000	.002	.000	.000
N	84	84	84	84	84	84	84

X3.3	Pearson Correlation	.340**	.046	1	.029	.333**	.034	.532**
	Sig. (2-tailed)	.002	.680		.794	.002	.759	.000
	N	84	84	84	84	84	84	84
X3.4	Pearson Correlation	.301**	.449**	.029	1	.379**	.548**	.677**
	Sig. (2-tailed)	.005	.000	.794		.000	.000	.000
	N	84	84	84	84	84	84	84
X3.5	Pearson Correlation	.481**	.336**	.333**	.379**	1	.361**	.745**
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.002	.000		.001	.000
	N	84	84	84	84	84	84	84
X3.6	Pearson Correlation	.207	.501**	.034	.548**	.361**	1	.655**
	Sig. (2-tailed)	.059	.000	.759	.000	.001		.000
	N	84	84	84	84	84	84	84
Total	Pearson Correlation	.646**	.611**	.532**	.677**	.745**	.655**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	84	84	84	84	84	84	84

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

Hasil Uji Validitas Minat Nasabah (Y)

Correlations

	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Total
Y1 Pearson Correlation	1	.394*	-.149	-.144	.270*	.389*	.044	.676*	.794*	.308*	.650*
Sig. (2-tailed)		.000	.175	.192	.013	.000	.692	.000	.000	.004	.000
N	84	84	84	84	84	84	84	84	84	84	84
Y2 Pearson Correlation	.394*	1	.086	.032	.228*	.369*	.103	.286*	.313*	.565*	.621*
Sig. (2-tailed)	.000		.436	.772	.037	.001	.352	.008	.004	.000	.000

Y9	Pearson Correlation	.794*	.313*	-.128	-.144	.270*	.361*	.123	.786*	1	.361*	.684*
	Sig. (2-tailed)	.000	.004	.245	.192	.013	.001	.265	.000		.001	.000
	N	84	84	84	84	84	84	84	84	84	84	84
Y10	Pearson Correlation	.308*	.565*	.019	.027	.169	.414*	.059	.283*	.361*	1	.585*
	Sig. (2-tailed)	.004	.000	.865	.807	.125	.000	.597	.009	.001		.000
	N	84	84	84	84	84	84	84	84	84	84	84
Total	Pearson Correlation	.650*	.621*	.293*	.231*	.517*	.594*	.390*	.746*	.684*	.585*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.007	.034	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	84	84	84	84	84	84	84	84	84	84	84

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

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

Hasil Uji Reliabilitas Pengetahuan Produk (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.627	10

Hasil Uji Reliabilitas Lokasi (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.678	7

Hasil Uji Reliabilitas Persepsi Milenial (X3)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.700	7

Hasil Uji Reliabilitas Minat Nasabah (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.694	10

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		84
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.86249675
Most Extreme Differences	Absolute	.048
	Positive	.044
	Negative	-.048
Test Statistic		.048
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Hasil Linearitas Pengetahuan Produk

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Minat Nasabah *	Between	(Combined)	588.487	16	36.780	4.907	.000
Pengetahuan Produk	Groups	Linearity	432.154	1	432.154	57.653	.000
		Deviation from Linearity	156.333	15	10.422	1.390	.178
Within Groups			502.216	67	7.496		
Total			1090.702	83			

Hasil Linearitas Lokasi

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Minat Nasabah * Lokasi	Between Groups	(Combined)	733.243	13	56.403	11.045	.000
		Linearity	677.914	1	677.914	132.754	.000
		Deviation from Linearity	55.329	12	4.611	.903	.548
	Within Groups		357.459	70	5.107		
Total			1090.702	83			

Hasil Linearitas Persepsi Milenial

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Minat Nasabah * Persepsi Milenial	Between Groups	(Combined)	714.285	13	54.945	10.218	.000
		Linearity	688.001	1	688.001	127.943	.000
		Deviation from Linearity	26.284	12	2.190	.407	.956
	Within Groups		376.418	70	5.377		
Total			1090.702	83			

Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	4.888	2.448		1.997	.049		
Pengetahuan Produk	.240	.071	.236	3.366	.001	.651	1.536
Lokasi Persepsi Milenial	.404	.128	.305	3.146	.002	.341	2.929
	.597	.120	.446	4.998	.000	.404	2.478

a. Dependent Variable: Minat Nasabah

Hasil Linearitas Persepsi Milenial

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Minat Nasabah * Persepsi Milenial	Between Groups	(Combined)	714.285	13	54.945	10.218	.000
		Linearity	688.001	1	688.001	127.943	.000
		Deviation from Linearity	26.284	12	2.190	.407	.956
	Within Groups		376.418	70	5.377		
Total		1090.702	83				

Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	4.888	2.448		1.997	.049		
Pengetahuan Produk	.240	.071	.236	3.366	.001	.651	1.536
Lokasi Persepsi Milenial	.404	.128	.305	3.146	.002	.341	2.929
	.597	.120	.446	4.998	.000	.404	2.478

a. Dependent Variable: Minat Nasabah

Hasil Linearitas Persepsi Milenial

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Minat Nasabah * Persepsi Milenial	Between Groups	(Combined)	714.285	13	54.945	10.218	.000
		Linearity	688.001	1	688.001	127.943	.000
		Deviation from Linearity	26.284	12	2.190	.4	
	Within Groups		376.418	70	5.377		
Total		1090.702	83				

Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	4.888	2.448		1.997	.049		
Pengetahuan Produk	.240	.071	.236	3.366	.001	.651	1.536
Lokasi	.404	.128	.305	3.146	.002	.341	2.929
Persepsi Milenial	.597	.120	.446	4.998	.000	.404	2.478

a. Dependent Variable: Minat Nasabah

Hasil Linearitas Persepsi Milenial

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Minat Nasabah *	Between Groups	(Combined) Linearity	714.285	13	54.945	10.218	.000
Persepsi Milenial		Deviation from Linearity	688.001	1	688.001	127.943	.000
			26.284	12	2.190	.407	.956
Within Groups			376.418	70	5.377		
Total			1090.702	83			

Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	4.888	2.448		1.997	.049		
Pengetahuan Produk	.240	.071	.236	3.366	.001	.651	1.536
Lokasi	.404	.128	.305	3.146	.002	.341	2.929
Persepsi Milenial	.597	.120	.446	4.998	.000	.404	2.478

a. Dependent Variable: Minat Nasabah