

**PENGARUH PERSEPSI DOSEN DAN KARYAWAN UII  
TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN PRODUK BAITUL  
MAAL WAT TAMWIL (BMT)**

*The Effect of Perceptions on The Interest of The Lecturers and  
Employees of UII in Using Baitul Maal Wat Tamwil (BMT)  
Products*

Skripsi

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh  
gelar Sarjana Ekonomi dari Program Studi Ekonomi Islam



Acc Munarasyah

21 October 2022



Oleh:

**ELVARETTA NABILA PUTRI**

**18423105**

**PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM**

**JURUSAN STUDI ISLAM**

**FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM**

**YOGYAKARTA**

**2022**

## LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

### LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Elvaretta Nabila Putri  
NIM : 18423105  
Program Studi : Ekonomi Islam  
Fakultas : Ilmu Agama Islam  
Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Dosen dan Karyawan UII  
Terhadap Minat Menggunakan Produk Baitul Maal  
Wat Tamwil (BMT)

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan skripsi ini merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya. Apabila ternyata dikemudian hari penulisan skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan tata tertib yang berlaku di Universitas Islam Indonesia.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tidak dipaksakan

Yogyakarta, 21 Oktober 2022



Elvaretta Nabila Putri

## REKOMENDASI PEMBIMBING

### REKOMENDASI PEMBIMBING

Yang bertanda tangan dibawah ini, Dosen Pembimbing Skripsi

Nama : Elvaretta Nabila Putri  
NIM : 18423105  
Program Studi : Ekonomi Islam  
Fakultas : Ilmu Agama Islam  
Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Dosen dan Karyawan UII Terhadap Minat Menggunakan Produk Baitul Maal Wat Tamwil (BMT)

Menyatakan bahwa, berdasarkan proses dari hasil bimbingan selama ini, serta dilakukan perbaikan, maka yang bersangkutan dapat mendaftarkan diri untuk mengikuti munaqosah skripsi pada Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

Yogyakarta, 21 Oktober 2022



Tulasmi, SEI, MEI

## NOTA DINAS

## NOTA DINAS

Yogyakarta, 21 Oktober 2022

Hal : Skripsi  
Kepada : Yth. Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam  
Universitas Islam Indonesia  
Di Yogyakarta

*Asslamu'alaikum Wr.Wb.*

Berdasarkan penunjukan Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia dengan surat nomor : 819/Dek/60/DAATI/FIAI/VI/2022 tanggal 30 Juni 2022, 1 Zulhijjah 1443 H atas tugas kami sebagai pembimbing skripsi saudara:

Nama : Elvaretta Nabila Putri  
NIM : 18423105  
Program Studi : Ekonomi Islam  
Fakultas : Ilmu Agama Islam  
Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Dosen dan Karyawan UII Terhadap Minat Menggunakan Produk Baitul Maal Wat Tamwil (BMT)

Setelah kami teliti dan kami adakan perbaikan seperlunya, akhirnya kami berketepatan bahwa skripsi saudara tersebut di atas memenuhi syarat untuk diajukan sidang munaqasah Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia. Demikian, semoga dalam waktu dekat bisa dikumpulkan, dan bersama ini kami kirimkan 4 (empat) eksemplar skripsi yang dimaksud.

*Wassalamu'alaikum Wr.Wb*

Dosen Pembimbing



Tulasmi, SEI, MEI

# LEMBAR PENGESAHAN



FAKULTAS  
ILMU AGAMA ISLAM

Gedung K.H. Wahid Hasyim  
Kampus Terpadu Universitas Islam Indonesia  
Jl. Kaliurang km 14,5 Yogyakarta 55584  
T. (0274) 898444 ext. 4511  
F. (0274) 898463  
E. [fiat@uii.ac.id](mailto:fiat@uii.ac.id)  
W. [fiat.uui.ac.id](http://fiat.uui.ac.id)

## PENGESAHAN

Tugas Akhir ini telah diujikan dalam Sidang Munaqasah Program Sarjana Strata Satu (S1) Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Program Studi Ekonomi Islam yang dilaksanakan pada:

Hari : Kamis  
Tanggal : 1 Desember 2022  
Judul Tugas Akhir : Pengaruh Persepsi Dosen dan Karyawan UII Terhadap Minat Menggunakan Baitul Maal Wat Tamwil (BMT)  
Disusun oleh : ELVARETTA NABILA PUTRI  
Nomor Mahasiswa : 18423105

Sehingga dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) Ekonomi Islam pada Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

### TIM PENGUJI:

Ketua : Aqida Shohiha, S.E.I., M.E.

Penguji I : Dr. Anton Priyo Nugroho, SE, MM

Penguji II : Anom Garbo, SEI, ME

Pembimbing : Tulasmi, SEI, MEI

Yogyakarta, 6 Desember 2022



Dr. Asmuni, MA

## LEMBAR PERSEMBAHAN

Sujud syukur kepada Allah SWT dan sholawat beserta salam yang selalu terlimpahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW. Engkau berikan kesempatan kepada saya untuk sampai ditahap ini. Segala puji bagi-Mu Ya Allah. Sebuah karya kecil yang saya susun dengan jerih payah ini, saya persembahkan kepada:

Kedua orang tua, Ayahanda Bambang Santoso dan Ibunda Rine Maureen yang telah memberikan segala dukungan serta kasih sayang dan cinta kasih yang tidak terhingga. Terimakasih atas segala dukungan dan pengorbanan yang telah diberikan hingga saat ini, semoga Allah SWT selalu senantiasa memberikan rezeki serta umur yang panjang, selalu diberikan kesehatan dan selalu dalam lindungan-Nya.

Terimakasih saya ucapkan kepada seluruh dosen di Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia terkhusus kepada dosen Program Studi Ekonomi Islam yang telah membimbing dari awal perkuliahan hingga saat ini. Terimakasih juga untuk Ibu Tulasmi, SEI, MEI selaku dosen pembimbing saya yang telah memberikan motivasi sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Semoga saya dapat mengamalkan kembali ilmu yang telah diberikan oleh dosen sehingga menjadi wawasan baru dalam dunia kerja di masa yang akan datang.

## MOTTO

لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا

*“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”*

(Q.s Al-Baqarah : 286)



## ABSTRAK

### PENGARUH PERSEPSI DOSEN DAN KARYAWAN UII TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN PRODUK BAITUL MAAL WAT TAMWIL (BMT)

Elvaretta Nabila Putri

18423105

Persepsi mengenai produk BMT adalah tingkat pengetahuan serta pemahaman dari sudut pandang yang dimiliki oleh masyarakat terkait dengan produk yang ada di BMT sehingga dapat menumbuhkan minat seseorang. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi dosen dan karyawan Universitas Islam Indonesia terhadap minat menggunakan produk Baitul Maal Wat Tamwil (BMT). Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dengan menggunakan penyebaran kuisioner atau angket. Populasi dalam penelitian ini dosen dan karyawan universitas islam indonesia. Teknik yang digunakan untuk menentukan sampel adalah *Purposive Sampling* dengan memperoleh sebanyak 100 responden. Metode dalam penelitian ini yaitu kuantitatif dan analisis regresi linear sederhana dengan menggunakan SPSS versi 21. Adapun hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pada uji t parsial yaitu: persepsi berpengaruh terhadap minat menggunakan produk bmt dengan memperoleh nilai sebesar  $\text{Sig.}0,000 < 0,05$ . Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 78,5% yang artinya sebesar 78,5% minat menggunakan produk Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) dipengaruhi oleh persepsi dosen dan karyawan Universitas Islam Indonesia.

**Kata Kunci :** Persepsi, Minat, Baitul Maal Wat Tamwil (BMT)



## ABSTRACT

### THE EFFECT OF PERCEPTIONS ON THE INTEREST OF THE LECTURERS AND EMPLOYEES OF UII IN USING BAITUL MAAL WAT TAMWIL (BMT) PRODUCTS

**Elvaretta Nabila Putri**  
**18423105**

Perceptions of Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) products mean the level of knowledge and understanding, resulted from the point of view held by society regarding the products in BMT, which therefore can stimulate an individual's interest. This study aimed to analyze the effect of the perceptions held by the lecturers and employees of Universitas Islam Indonesia on the interest in using BMT products. The data used in this study was the primary data obtained through a questionnaire or survey. The population in this study was the lecturers and employees of Universitas Islam Indonesia. The technique used to determine the sample was purposive sampling by involving 100 respondents. The methods in this study were quantitative with a simple linear regression analysis in SPSS Version 21. The results of this study from the partial t test showed that perceptions affected the interest in using BMT products with a significance level of Sig.  $0.000 < 0.05$ . The coefficient of determination ( $R^2$ ) was 78.5%, indicating that 78.5% of the interest in using Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) products was influenced by the perceptions held by the lecturers and employees of Universitas Islam Indonesia.

**Keywords:** Perception, Interest, Baitul Maal Wat Tamwil (BMT)

October 25, 2022

TRANSLATOR STATEMENT  
The information appearing herein has been translated  
by a Center for International Language and Cultural Studies of  
Islamic University of Indonesia  
CILACS UII Jl. DEMANGAN BARU NO 24  
YOGYAKARTA, INDONESIA.  
Phone/Fax: 0274 540 255

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN

### KEPUTUSAN BERSAMA

#### MENTERI AGAMA DAN MENTERI PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN REPUBLIK INDONESIA

Nomor: 158 Tahun 1987

Nomor: 0543b//U/1987

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

#### A. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Berikut ini daftar huruf Arab yang dimaksud dan transliterasinya dengan huruf latin:

Tabel 0. 1 Tabel Transliterasi Konsonan

| Huruf Arab | Nama | Huruf Latin        | Nama               |
|------------|------|--------------------|--------------------|
| أ          | Alif | Tidak dilambangkan | Tidak dilambangkan |
| ب          | Ba   | B                  | Be                 |
| ت          | Ta   | T                  | Te                 |

|   |      |    |                             |
|---|------|----|-----------------------------|
| ث | Ṣa   | ṣ  | es (dengan titik di atas)   |
| ج | Jim  | J  | Je                          |
| ح | Ḥa   | ḥ  | ha (dengan titik di bawah)  |
| خ | Kha  | Kh | ka dan ha                   |
| د | Dal  | D  | De                          |
| ذ | Ḍal  | Ḍ  | Zet (dengan titik di atas)  |
| ر | Ra   | R  | er                          |
| ز | Zai  | Z  | zet                         |
| س | Sin  | S  | es                          |
| ش | Syin | Sy | es dan ye                   |
| ص | Ṣad  | ṣ  | 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       |
| هـ | 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

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tabel 0. 2 Tabel Transliterasi Vokal Tunggal

| Huruf Arab | Nama   | Huruf Latin | Nama |
|------------|--------|-------------|------|
| ـَ         | Fathah | A           | a    |
| ـِ         | Kasrah | I           | i    |
| ـُ         | Dammah | U           | u    |

### 2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Tabel 0. 3 Tabel Transliterasi Vokal Rangkap

| Huruf Arab | Nama           | Huruf Latin | Nama    |
|------------|----------------|-------------|---------|
| ...يَ      | Fathah dan ya  | Ai          | a dan u |
| ...وُ      | Fathah dan wau | Au          | a dan u |

Contoh:

- كَتَبَ kataba
- فَعَلَ fa`ala
- سَأَلَ suila
- كَيْفَ kaifa
- حَوْلَ haula

### C. Maddah

*Maddah* atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Tabel 0. 4 Tabel Transliterasi *Maddah*

| Huruf Arab | Nama                    | Huruf Latin | Nama                |
|------------|-------------------------|-------------|---------------------|
| ...آ...ا   | Fathah dan alif atau ya | Ā           | a dan garis di atas |
| ...ى       | Kasrah dan ya           | Ī           | i dan garis di atas |
| ...وُ      | Dammah dan wau          | Ū           | u dan garis di atas |

Contoh:

- قَالَ qāla
- رَمَى ramā
- قِيلَ qīla
- يَقُولُ yaqūlu

### D. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu:

1. Ta' marbutah hidup

Ta' marbutah hidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah "t".

2. Ta' marbutah mati

Ta' marbutah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".

3. Kalau pada kata terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta' marbutah itu ditransliterasikan dengan "h".

Contoh:

- رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ      raudah al-*atfāl*/raudahatul *atfāl*
- الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ      al-*madīnah*      al-*munawwarah*/al-*madīnatul*  
munawwarah
- طَلْحَةَ      talhah

**E. Syaddah (Tasydid)**

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, ditransliterasikan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

- نَزَّلَ      nazzala

- البرُّ al-birr

## F. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas:

1. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf “l” diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan dengan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Baik diikuti oleh huruf syamsiyah maupun qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanpa sempang.

Contoh:

- الرَّجُلُ ar-rajulu
- الْقَلَمُ al-qalamu
- الشَّمْسُ asy-syamsu
- الْجَلَالُ al-jalālu

## G. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof. Namun hal itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Sementara hamzah yang terletak di awal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

- تَأْخُذُ ta'khuẓu
- شَيْءٌ syai'un
- النَّوْءُ an-nau'u
- إِنَّ inna

#### H. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun huruf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

- وَ إِنَّ اللَّهَ فَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn/  
Wa innallāha lahuwa khairurrāziqīn
- بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَ مُرْسَاهَا Bismillāhi majrehā wa mursāhā

#### I. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: huruf kapital digunakan untuk



menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

- الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ      Alhamdu lillāhi rabbi al-`ālamīn/  
Alhamdu lillāhi rabbil `ālamīn
- الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ      Ar-rahmānir rahīm/Ar-rahmān ar-rahīm

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila 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.

Contoh:

- اللَّهُ غَفُورٌ رَحِيمٌ      Allaāhu gafūrun rahīm
- لِلَّهِ الْأُمُورُ جَمِيعًا      Lillāhi al-amru jamī`an/Lillāhil-amru  
jamī`an

## J. Tajwid

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

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَ بِهِ نَسْتَعِينُ عَلَى أُمُورِ الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ

وَ الصَّلَاةُ وَ السَّلَامُ عَلَى أَصْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَ الْمُرْسَلِينَ وَ عَلَى آلِهِ وَ الصَّحْبِهِ أَجْمَعِينَ. أَمَّا بَعْدُ

*Assalamu 'alaikum Wr. Wb*

Alhamdulillah segala puji bagi Allah SWT. Tuhan semesta alam atas segala nikmat, karunia serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Persepsi Dosen dan Karyawan UII Terhadap Minat Menggunakan Produk Baitul Maal Wa Tamwil (BMT)”**. Sholawat serta salam tak lupa agar senantiasa selalu tercurah kepada Nabi Muhammad SAW, segenap keluarga, para sahabat dan umatnya, semoga keselamatan bersamanya akan selalu menyertai bagi hamba-Nya. Aamiin. Skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia. selama proses penyusunan skripsi ini tentunya tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, dengan selalu memberikan nasihat, kritik dan saran bagi penulis. Oleh karenanya, penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Prof Fathul Wahid, S.T., M.Sc., Ph.D. selaku Rektor Universitas Islam Indonesia beserta seluruh jajarannya yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk dapat menuntut ilmu sebagai mahasiswa di Universitas Islam Indonesia.
2. Bapak Dr. H. Tamyiz Mukkarom, MA. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
3. Bapak Rheyza Virgiawan, L.c, M.E. selaku Ketua Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
4. Ibu Tulasmi, SEI.,MEI. Selaku Dosen Pembimbing skripsi yang telah memberikan arahan dan bimbingan dalam penyusunan skripsi ini sehingga penulis dapat menyelesaikannya.

5. Segenap Dosen Program Studi Ekonomi Islam yang telah memberikan ilmu kepada penulis, semoga ilmu yang diberikan mendapatkan keberkahan dan bermanfaat dunia dan akhirat.
6. Kedua orang tua yang sangat saya sayangi dan saya hormati, yang selalu melimpahkan kasih sayang, cinta dan doa tulus kepada peneliti, serta memberikan motivasi dan dukungan materi kelancaran penulisan skripsi ini.
7. Tim *support* penulis Ulin, Tania, Fani, Sekar, Bela, Annisa, dan Lindu yang telah memberikan dukungan dan semangat serta serta menemani hingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.

Dengan kerendahan hati, penulis memohon maaf kepada seluruh pihak atas segala kesalahan dan segala yang kurang berkenan di hati, itu semata-mata kelalaian dan kekhilafan dari penulis sendiri. Oleh karena itu, penulis menerima kritik dan saran yang bersifat membangun. Semoga skripsi ini dapat berguna dan menambah pengetahuan pada pembaca.

*Wassalamu'alaikum, Wr.Wb.*

Yogyakarta, 21 Oktober 2022

Penyusun



Elvaretta Nabila Putri

## DAFTAR ISI

|  |       |
|--|-------|
| HALAMAN JUDUL.....                     | i     |
| LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN .....       | ii    |
| REKOMENDASI PEMBIMBING .....           | iii   |
| NOTA DINAS .....                       | iv    |
| LEMBAR PENGESAHAN .....                | v     |
| LEMBAR PERSEMBAHAN .....               | vi    |
| MOTTO .....                            | vii   |
| ABSTRAK .....                          | viii  |
| ABSTRACT .....                         | ix    |
| PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN ..... | x     |
| KEPUTUSAN BERSAMA.....                 | x     |
| KATA PENGANTAR .....                   | xviii |
| DAFTAR ISI.....                        | xx    |
| DAFTAR TABEL.....                      | xxii  |
| DAFTAR GAMBAR .....                    | xxiii |
| BAB I PENDAHULUAN .....                | 1     |
| A. Latar Belakang .....                | 1     |
| B. Rumusan Masalah .....               | 6     |
| C. Tujuan Penelitian .....             | 6     |
| D. Manfaat Penelitian .....            | 7     |
| E. Sistematika Penulisan .....         | 7     |
| BAB II LANDASAN TEORI .....            | 9     |
| A. Telaah Pustaka .....                | 9     |
| B. Landasan Teori.....                 | 15    |
| 1. Minat .....                         | 15    |
| 2. Persepsi.....                       | 21    |
| 3. Baitul Mal Wa Tamwil (BMT) .....    | 27    |
| F. Hipotesis.....                      | 32    |

|   |    |
|---|----|
| G. Kerangka Berfikir.....                 | 33 |
| BAB III METODE PENELITIAN.....            | 34 |
| A. Desain Penelitian.....                 | 34 |
| B. Lokasi Penelitian.....                 | 34 |
| C. Waktu Pelaksanaan Penelitian .....     | 34 |
| D. Subjek dan Objek Penelitian .....      | 34 |
| E. Populasi dan Sampel .....              | 35 |
| F. Sumber Data.....                       | 36 |
| G. Teknik Pengumpulan Data.....           | 36 |
| H. Definisi Operasional variabel.....     | 36 |
| I. Instrumen Penelitian.....              | 39 |
| J. Teknik Analisis Data.....              | 40 |
| 1. Uji Kualitas Data .....                | 41 |
| 2. Statistik Deskriptif.....              | 43 |
| 3. Uji Asumsi Klasik .....                | 44 |
| 3. Analisis Regresi Linear Sederhana..... | 45 |
| BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....  | 47 |
| BAB V PENUTUP.....                        | 59 |
| A. Kesimpulan .....                       | 59 |
| B. Saran.....                             | 59 |
| C. Keterbatasan Penelitian.....           | 60 |
| DAFTAR PUSTAKA .....                      | 61 |
| DAFTAR LAMPIRAN.....                      | 66 |

## DAFTAR TABEL

|  |      |
|--|------|
| Tabel 0. 1 Tabel Transliterasi Konsonan .....            | x    |
| Tabel 0. 2 Tabel Transliterasi Vokal Tunggal .....       | xii  |
| Tabel 0. 3 Tabel Transliterasi Vokal Rangkap.....        | xiii |
| Tabel 0. 4 Tabel Transliterasi <i>Maddah</i> .....       | xiii |
| Tabel 3. 1 Operasional Variabel.....                     | 37   |
| Tabel 3. 2 Skala Pengukuran.....                         | 40   |
| Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas Persepsi (X).....         | 42   |
| Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas Minat (Y) .....           | 42   |
| Tabel 3. 5 Uji Reabilitas.....                           | 43   |
| Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....     | 47   |
| Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Usia.....               | 47   |
| Tabel 4. 3 Responden Berdasarkan Pekerjaan .....         | 48   |
| Tabel 4. 4 Responden Berdasarkan Masa Kerja .....        | 49   |
| Tabel 4. 5 Deskriptif Variabel.....                      | 49   |
| Tabel 4. 6 Perhitungan Kategori Tabel .....              | 50   |
| Tabel 4. 7 Kategori Persepsi .....                       | 51   |
| Tabel 4. 8 Kategori Minat .....                          | 51   |
| Tabel 4. 9 Hasil Uji Normalitas .....                    | 52   |
| Tabel 4. 10 Hasil Uji Multikolinearitas.....             | 52   |
| Tabel 4. 11 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....          | 54   |
| Tabel 4. 12 Hasil Uji Linearitas .....                   | 54   |
| Tabel 4. 13 Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana..... | 55   |
| Tabel 4. 14 Hasil Uji t.....                             | 56   |
| Tabel 4. 15 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....        | 56   |

## DAFTAR GAMBAR

|   |    |
|---|----|
| Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir .....                         | 33 |
| Gambar 4. 1 Hasil Uji Heteroskedastisitas Scatterplot ..... | 53 |



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Saat ini lembaga keuangan mikro di Indonesia memiliki perkembangan yang sangat pesat, hal ini dapat memberikan pengaruh yang positif terhadap perekonomian di Indonesia yang akan semakin maju dan berkembang. Peranan sektor keuangan mikro bertujuan untuk memobilisasikan dana masyarakat sangatlah mengalami peningkatan yang sangat besar. Dahulu sektor keuangan mikro tidak lebih dari fasilitator kegiatan pemerintah daerah dan beberapa lembaga usaha, namun sekarang telah menjadi sektor yang berdampak besar pada perekonomian. Diantara lembaga keuangan mikro yang sangat berpengaruh adalah Baitul Maal Wa Tamwil (BMT) yang dapat memberikan pinjaman berupa pembiayaan bagi usaha mikro, mengelola simpanan dan dapat memberikan jasa konsultasi pengembangan usaha kepada anggota dan masyarakat. Baitul Maal Wattamwil (BMT) juga sering dikenal sebagai koperasi jasa keuangan syariah. Diawali dengan kebijakan manajemen BMT dimana para anggota fokus pada sektor keuangan dalam menghimpun dana serta pendayagunaan dana tersebut, sehingga hal ini dapat disebut dengan KJKS (Koperasi Jasa Keuangan Syariah) (Hamdani & Syatiri, 2016).

Pada dasarnya BMT sudah ada di Indonesia sejak Aries Mufti sebagai pelopor pertama yang mendirikan BMT Bina Insan Kamil bertepatan di Jakarta Pusat sejak tahun 1992. Namun BMT secara resmi berdiri tahun 1995 yang merupakan Bank Islam pertama di Indonesia setelah berdirinya Bank Muamalat Indonesia (BMI). Saat itu BMT didirikan atas prakarsa ICMI (Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia), MUI (Majlis Ulama Indonesia) dan BMI (Bank Muamalat Indonesia) dan BMT mulai beroperasi di bawah pengawasan PINBUK (Pusat Inkubasi Usaha Kecil) pada tahun yang sama (Zulkifli et al., 2018). Dan ketika



mulai tahun tersebutlah, BMT mulai berkembang dan tumbuh dengan pesat sebagai alternatif lembaga keuangan bagi mereka yang mempunyai pendapatan rendah untuk terhindar dari jeratan rentiner.

Pada tahun 1997 Indonesia mengalami krisis ekonomi yang sangat mempengaruhi perekonomian masyarakat, saat itu alternatif yang dapat mendorong pemulihan kondisi perekonomian adalah BMT. Fokus BMT sebelumnya hanya menghimpun dana zakat yang kemudian dialihkan ke lembaga keuangan mikro yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah. Hal ini bertujuan untuk dapat mengembangkan usaha mikro dan kecil dalam rangka meningkatkan derajat dan martabat serta membela kepentingan masyarakat miskin. BMT menjadi semakin populer setelah umat Islam Indonesia sadar menemukan model ekonomi alternatif yang dapat mendukung pengembangan usaha kecil dan mikro. Mengingat sebagian besar masyarakat Indonesia beragama Islam, permintaan masyarakat terhadap lembaga keuangan perbankan yang menggunakan sistem syariah sebenarnya sangatlah wajar.

BMT memperluas kegiatannya di bidang keuangan terutama simpan-pinjam sebagai lembaga bisnis perusahaan. Perusahaan ini bekerja seperti bank dengan mengumpulkan dana dari anggota dan calon anggota (nasabah) dan mengarahkan mereka ke ruang ekonomi yang halal dan sejahtera. Disisi lain BMT memiliki banyak ruang untuk mengembangkan bisnis riil dan bidang keuangan lainnya yang dilarang oleh bank. BMT tidak tunduk pada peraturan perbankan karena bukan bank. Pada dataran hukum di Indonesia, baik serba usaha (KSU) maupun simpan pinjam (KSP) yang paling mungkin bagi BMT adalah koperasi masyarakat (KSP). Namun, karena struktur operasional BMT berbeda dari koperasi seperti lembaga keuangan mikro syariah, cukup dimungkinkan untuk membuat peraturan tersendiri.

BMT memiliki peranan yang sangat penting bagi masyarakat yaitu dengan mengumpulkan dana dan menyalurkan dana kepada masyarakat yang menjadi harapan dapat membagikan suatu manfaat yang lebih besar

bagi kehidupan masyarakat, terutama yang mempunyai kondisi ekonomi yang rendah hingga sedang. Persepsi masyarakat terhadap lembaga keuangan syariah diharapkan mampu untuk mewakili persepsi secara umum bahwa lembaga keuangan syariah menggunakan prinsip bagi hasil dalam transaksinya dan tidak adanya bunga seperti pada lembaga keuangan konvensional (Romdhoni & Sari, 2018). Berdirinya BMT juga memberikan dampak yang positif bagi perekonomian masyarakat yaitu dengan berusaha mengurangi kemiskinan dan pengangguran yang merupakan masalah besar bagi negara ini.

BMT di Indonesia memiliki perkembangan yang cukup rendah jika dibandingkan dengan negara lain seperti Malaysia. Hal tersebut disebabkan oleh tingginya minat masyarakat untuk memilih keuangan berbasis konvensional di Indonesia. Meskipun Indonesia memiliki masyarakat yang mayoritas beragama muslim, masyarakat lebih cenderung menggunakan keuangan konvensional karena kurangnya pemahaman mereka tentang keuangan syariah. Untuk dapat meningkatkan minat masyarakat Indonesia dengan menggunakan produk atau jasa di BMT diperlukan pemahaman terkait persepsi tentang BMT dari masyarakat luas (Amri & Maryono, 2021).

Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi minat adalah persepsi. Persepsi adalah proses untuk melihat objek dibantu dengan indra dimana suatu persepsi merupakan kunci dari minat. Adapun faktor yang penting dalam suatu persepsi adalah pertimbangan dari religiusitas yang dapat dijadikan indikator terhadap minat sehingga dapat menjadi motivator penting dengan mendorong penggunaan jasa bank syariah dan masyarakat non nasabah yang telah di informasikan terkait dengan penjelasan tentang produk/jasa perbankan syariah sehingga memiliki suatu kecondongan yang dapat memperkuat untuk memilih bank syariah. Sehingga dalam hal ini dapat dipahami persepsi dapat membentuk beragam informasi dari berbagai sumber (Imran & Hendrawan, 2018).

Persepsi dirasakan sangat penting, karena persepsi mengacu pada pemikiran, pandangan dan interpretasi seseorang terhadap lingkungan sekitarnya untuk dapat memberikan sebuah informasi bagi lingkungan mereka (Listyana & Hartono, 2015). Persepsi memiliki kaitan yang erat dengan kesadaran sehingga hal ini dapat mempengaruhi keputusan seseorang dalam mengambil tindakan yang diinginkan sehingga persepsi memiliki keterkaitan dengan keputusan untuk memilih atau menggunakan suatu barang atau jasa. Adanya persepsi yang beragam di sebabkan karena kurang maksimalnya sosialisasi dan edukasi yang belum ditekankan dalam kaitannya dengan lembaga keuangan syariah khususnya BMT. Banyak masyarakat yang masih percaya bahwa lembaga keuangan syariah sama dengan lembaga keuangan konvensional, oleh karena itu BMT dianggap tidak mampu bersaing dengan lembaga keuangan lainnya di masyarakat.

Persepsi mengenai produk BMT adalah tingkat pengetahuan serta pemahaman yang dimiliki oleh masyarakat terkait dengan produk yang ada di BMT. Pemilihan pada produk BMT oleh masyarakat biasanya mendasari pada aspek informasi yang dapat memberikan suatu manfaat dari produk BMT tersebut. Hal ini biasanya terjadi karena kurangnya informasi serta promosi terkait dengan produk BMT sehingga dapat menyebabkan kekeliruan pada kegiatan usaha BMT yang akan memberikan dampak negatif seperti merugikan bagi masyarakat dan memungkinkan calon nasabah tersebut tidak tertarik untuk menggunakan produk BMT.

Persepsi masyarakat terhadap BMT khususnya terkait kualitas produk dan keamanan simpanan pada BMT sangat penting dan menjadi motivasi utama masyarakat untuk mau menjadi anggota atau pengguna produk-produk BMT. Dengan banyaknya lembaga keuangan yang tumbuh dan saling mengunggulkan prinsip dan nilai syariah di masing-masing lembaga tersebut, seiring prinsip dan nilai syariah menjadi sebuah trend dan diminati oleh masyarakat, hal ini dikarenakan lembaga yang menerapkan prinsip atau nilai-nilai syariah tersebut dipandang oleh

masyarakat lebih dapat diandalkan dan bersifat aman (Romdhoni & Sari, 2018).

Adanya persepsi yang kurang baik yang masih banyak beredar dikalangan masyarakat bahwa BMT sama dengan lembaga keuangan konvensional, padahal terdapat beberapa perbedaan yang mendasar antara BMT dan bank konvensional. Dalam menciptakan suatu minat masyarakat sehingga mengambil keputusan untuk menjadi nasabah BMT tidaklah mudah. Jika melihat realitas yang ada masih banyak masyarakat yang tidak memiliki modal untuk membangun suatu usahanya. Selain itu, pembiayaan yang menjadi harapan masyarakat sulit untuk didapat karena dipandangan tidak dapat memenuhi kualifikasi perbankan. Oleh sebab itu, BMT memiliki peran penting untuk menciptakan keadilan ekonomi dengan cara pemerataan pendapatan melalui kegiatan investasi untuk mencegah terjadinya kesenjangan yang semakin besar antara pemilik modal dengan orang yang membutuhkan dana.

BMT yang di persepsikan oleh dosen dan karyawan UII adalah BMT yang merupakan lembaga keuangan syariah yang dapat mengatasi hambatan-hambatan operasionalisasi untuk kalangan masyarakat menengah kebawah. BMT menjadi sebuah jalan untuk wilayah yang belum mampu terjangkau oleh lembaga keuangan perbankan. Namun pada penelitian ini tidak merujuk pada satu BMT saja melainkan BMT secara menyeluruh.

Menurut Richard Oliver (2010) Minat beli suatu produk merupakan hasil dari proses belajar dan berpikir yang mengarah pada terbentuknya suatu persepsi. Nantinya minat beli akan berkembang menjadi suatu motivasi yang terekam dalam benak konsumen sehingga menjadi keinginan yang sangat kuat sehingga akan terwujud ketika konsumen harus memenuhi kebutuhannya. Adapun faktor yang dapat berpengaruh pada perilaku seorang konsumen untuk minat terhadap suatu produk atau jasa sehingga konsumen memiliki berbagai pertimbangan sebelum mengambil keputusan untuk melakukan pembelian, yaitu

berbagai pilihan produk yang di sediakan oleh BMT, pilihan merek, waktu pembelian, serta kemudahan dalam melakukan transaksi.

Ambreen Khursheed, Maham Fatimah, dan Faisal Mustofa (2021) dalam artikelnya berjudul "*Customers' Perceptions toward Islamic Banking in The Gulf Region*" menyatakan bahwa ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi persepsi konsumen diantaranya yaitu kesadaran, persepsi risiko, pengetahuan, inovasi nasabah memiliki pengaruh yang positif dan signifikan, sedangkan pada inspirasi agama memiliki korelasi yang negatif. Dalam hal ini bank syariah harus membuat rencana lebih banyak terkait dengan inovasi produk yang mudah digunakan serta di jangkau atau di akses oleh masyarakat.

Berdasarkan latar belakang diatas mengenai pengaruh persepsi terhadap minat menggunakan produk BMT maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih dalam. Peneliti ingin meneliti dosen dan karyawan UII karena dari penelitian sebelumnya sudah banyak penelitian dengan objeknya mahasiswa. Dimana semua dosen dan karyawan UII sedikit banyak telah mengetahui produk yang ada di Baitul Maal Wattamwil (BMT) maka peneliti mengambil judul "Pengaruh Persepsi Dosen dan Karyawan UII Terhadap Minat Menggunakan Produk BMT".

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini yaitu: Bagaimana pengaruh persepsi dosen dan karyawan UII terhadap minat menggunakan produk BMT?

## **C. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini didasarkan pada rumusan masalah yang diajukan, yaitu sebagai berikut:

Untuk menganalisis pengaruh persepsi dosen dan karyawan UII terhadap minat menggunakan produk BMT.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Berdasarkan tujuan penelitian yang hendak dicapai, maka penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat dalam bidang sosial baik secara lapangan maupun tidak langsung. Adapun manfaat penelitian ini sebagai berikut:

##### 1. Aspek teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan dan menambah wawasan bagi penulis mengenai bagaimana pengaruh persepsi dosen dan karyawan uii terhadap minat menggunakan produk BMT.

##### 2. Aspek Akademis

###### a. Bagi BMT

Diharapkan dapat memberikan gambaran bagaimana persepsi dari masyarakat terhadap minat menggunakan produk BMT

###### b. Prodi Ekonomi Islam

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi gambaran dan referensi untuk Ekonomi Islam khususnya prodi Ekonomi Islam di Universitas Islam Indonesia, serta berbagai referensi atau gambaran bagi mahasiswa UII atau generasi penerus selanjutnya yang akan melakukan penelitian dengan topik yang sama.

#### **E. Sistematika Penulisan**

Dalam penelitian ini terdapat 5 (lima) bab yaitu :

**BAB I.** Pada bab ini membahas mengenai latar belakang yang menjadi permasalahan dalam penelitian. Bab ini didasarkan pada pembahasan secara umum yang terdiri dari latar belakang masalah yang akan diteliti, rumusan masalah, manfaat serta tujuan penelitian yang ingin dicapai, dan sistematika penulisan.

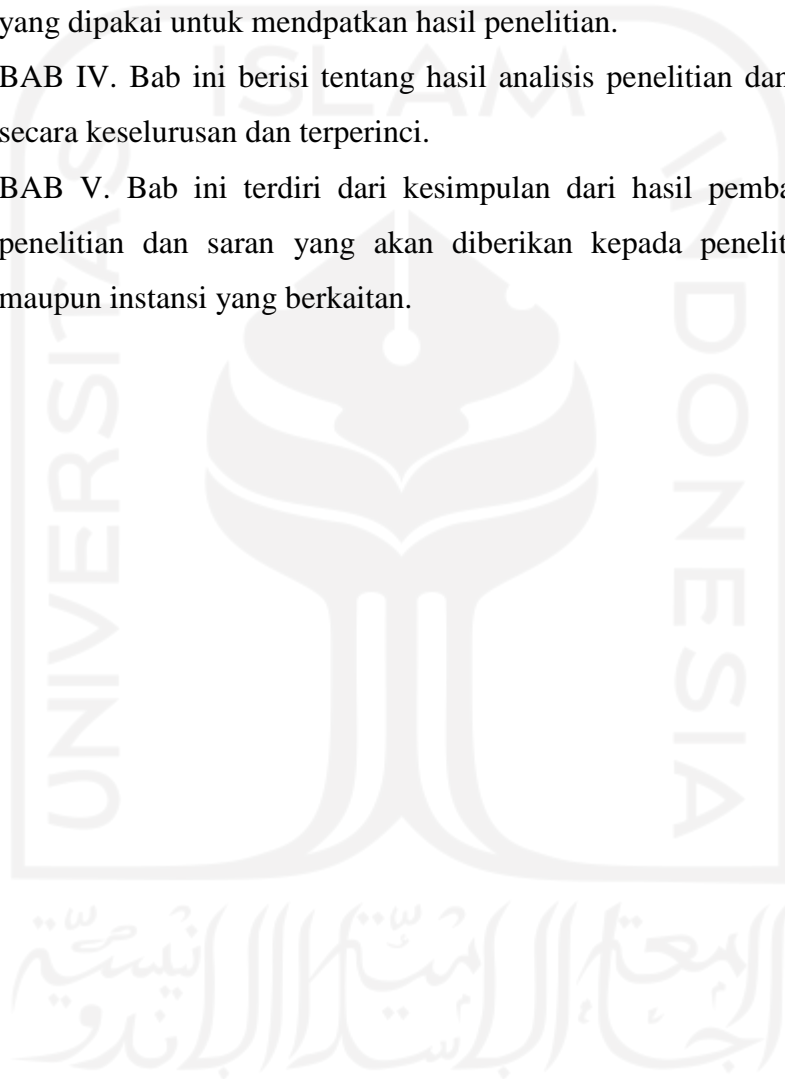
**BAB II.** Pada bab ini terdiri dari kajian pustaka dan landasan teori. Kajian pustaka ini membahas mengenai penelitian terdahulu yang menjadi

sumber rujukan untuk penelitian ini. Landasan teori dalam bab ini meliputi berbagai macam teori yang menjadi dasar penelitian.

BAB III. Bab ini membahas rangkaian dalam menjawab permasalahan pada penelitian berupa metode penelitian, mendeskripsikan desain penelitian, objek penelitian, asal data, teknik pengumpulan analisis data yang dipakai untuk mendapatkan hasil penelitian.

BAB IV. Bab ini berisi tentang hasil analisis penelitian dan pembahasan secara keseluruhan dan terperinci.

BAB V. Bab ini terdiri dari kesimpulan dari hasil pembahasan dalam penelitian dan saran yang akan diberikan kepada peneliti selanjutnya maupun instansi yang berkaitan.



## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Telaah Pustaka**

Dalam penelitian ini penulis menemukan beberapa artikel referensi jurnal penelitian yang digunakan sebagai pendukung, referensi yang telah dipilih tentunya dinilai sudah sesuai dengan penelitian yang sedang penulis lakukan. Penulis memilih beberapa referensi jurnal ini untuk dijadikan telaah pustaka. telaah pustaka ini tentunya akan mengarah fokus pandangan kritis terhadap penelitian-penelitian terdahulu dengan penelitian yang peneliti yang lakukan sekarang. berikut merupakan beberapa jurnal terkait dengan penelitian yang sedang dilakukan antara lain:

Beberapa peneliti telah banyak mengkaji tentang minat nasabah dalam menggunakan produk BMT. Salah satunya adalah penelitian yang dilakukan oleh Mahendra (2021) yang berjudul “Pengaruh Kepuasan dan Nilai yang Dipersepsikan Nasabah Terhadap Minat Menggunakan Baitul Maal Wa Ramwil (BMT) Dalam Persepsi Masyarakat”. penelitian ini merupakan jenis penelitian dengan metode kualitatif menggunakan teknik pengumpulan data melalui wawancara dan pengamatan secara langsung dengan memperoleh 56 responden . Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa interpersi dari pengaruh kepuasan pelanggan dan nilai yang dirasakan dapat disimpulkan bahwa faktor yang mendorong pengaruh terhadap minat menggunakan BMT adalah persepsi masyarakat. Artinya semakin banyak masyarakat yang memahami dan mengetahui BMT dan memberikan nilai keseluruhan yang baik dalam hal pelayanan, kualitas, kualitas produk dan keamanan produk secara umum, semakin besar kemungkinan pelanggan akan puas.

Penelitian yang dilakukan oleh Imran & Hendrawan (2018) yang berjudul “Pengaruh Persepsi Masyarakat Batam Tentang Bank Syariah



Terhadap Minat Menggunakan Produk Bank Syariah”. Tujuan dari penelitian ini ialah untuk menguji apakah adanya pengaruh persepsi masyarakat terkait dengan bank syariah terhadap minat menggunakan produk bank syariah. Pada penelitian ini memiliki 3 variabel persepsi yaitu: persepsi bunga bank, persepsi sistem bagi hasil, dan persepsi tentang produk bank syariah. Adapun pengumpulan data dengan cara menyebarkan kuisioner dengan kriteria masyarakat yang berada di kawasan Batam center dengan meraih sampel sebanyak 100 responden. Hasil dari penelitian ini ialah adanya pengaruh yang positif dan signifikan terhadap persepsi bunga bank dan persepsi sistem bagi hasil terhadap minat menggunakan produk bank syariah, sedangkan persepsi tentang pengetahuan produk bank syariah tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan produk bank syariah.

Penelitian yang dilakukan Fauzi dkk (2022) yang berjudul “*The Effect of Religiosity, Profit and Loss Sharing, and Promotion On consumer Intention To Financing in Islamic Bank Toward Trust As An Intervening Variable*”. Tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengetahui pengaruh dari religiusitas, persepsi bagi hasil, dan promosi terhadap minat pembiayaan bank syariah dengan suatu kepercayaan sebagai variabel intervening. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 384 responden menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling. Hasil dari penelitian ini bahwa peran dari kepercayaan dalam religiusitas, persepsi bagi hasil, dan promosi memiliki pengaruh yang signifikan sehingga kepercayaan dapat membentuk seseorang dalam berperilaku. Dengan demikian dapat diimplementasikan bahwa kepercayaan dapat mendukung faktor-faktor yang mempengaruhi niat konsumen.

Penelitian yang dilakukan oleh Kausar Abbas dan Nasim Shirazi (2015) yang berjudul “*The key players’ perception on the role of islamic microfinance in poverty alleviation: The case of Pakistan*”. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui struktur dan pergerakan bank syariah di

Pakistan saat ini serta isu dan tantangan terkini untuk keuangan mikro syariah. Sampel dalam penelitian ini sejumlah 270 narasumber UMKM di tiga kota besar Pakistan. Hasil dari penelitian ini menemukan respon yang kuat dengan mendukung keuangan mikro syariah menggunakan sistem bagi hasil dan sebagian besar bank syariah memberikan persepsi yang kuat bahwa keuangan mikro syariah memiliki efek positif dalam meningkatkan status ekonomi masyarakat miskin.

Penelitian yang dilakukan oleh Hidayat (2018) yang berjudul “Persepsi Masyarakat Terhadap Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) Dalam Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat”. penelitian ini dilakukan di BMT yang ada di kota Jepara. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder dan data primer berupa hasil dari wawancara dengan BMT se-kota Jepara. Hasil yang diperoleh dalam penelitian yaitu persepsi masyarakat terhadap BMT, sebagian responden berpendapat bahwa peran BMT dalam perekonomian masyarakat di kota Jepara cukup baik dan berhasil karena BMT mengutamakan masyarakat ekonomi menengah ke bawah serta masyarakat percaya bahwa produk BMT bermanfaat dan berkontribusi bagi kesejahteraan ekonomi lokal. Namun, BMT masih belum berbenah dalam praktiknya agar bisa berkembang dan maju serta terbangunnya lembaga keuangan syariah setelah BMT tidak berbanding lurus dengan pemahaman masyarakat tentang bank syariah. Pada penelitian ini memiliki tiga klasifikasi penilaian terhadap persepsi masyarakat yaitu penilaian terhadap peran kelembagaan BMT, penilaian terhadap produk BMT dan penilaian terhadap pelayanan BMT.

Hal serupa juga yang dilakukan oleh Hamdani & Syatiri (2016) yang berjudul “Pengaruh Persepsi dan Minat Terhadap Keberadaan Baitul Maal Wattamwil (BMT) di kota Palembang”. Penelitian ini bertujuan untuk dapat mengetahui persepsi dan minat masyarakat terhadap keberadaan BMT. Data yang digunakan dalam penelitian menggunakan kuisioner dengan skala likert. Adapun variabel yang digunakan yaitu variabel persepsi nilai etika, persepsi nilai spriritualis, persepsi nilai

keutamaan, variabel minat dan variabel keberadaan BMT. Hasil penelitian yang dilakukan membuktikan bahwa BMT bisa membantu masyarakat usaha kecil dan menengah dan produk yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan. Namun kehadiran BMT tidak terpengaruh oleh gagasan pada persepsi nilai-nilai etika dan priritual. Sebenarnya, masih banyak masyarakat yang tidak menyadari adanya keuangan islam. Kepentingan masyarakat juga berpengaruh besar terhadap keberadaan BMT, mereka berusaha untuk mendorong dan mengarahkan rekan dan anggota keluarga menjadi bagian dari BMT. variabel persepsi nilai keutamaan dan variabel minat secara bersama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keberadaan BMT.

Penelitian Adnan & Ajija (2015) menulis penelitian yang berjudul “*The Effectiveness of Baitul Maal wat Tamwil in Reducing Poverty The Case of Indonesian Islamic Microfinance Institution*”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui efektivitas BMT dalam mengurangi kemiskinan. Metode pengukuran data yang digunakan adalah statistik deskriptif dengan uji-t. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini bahwa pembiayaan BMT sangat efektif dalam mengurangi kemiskinan karena sebagian besar responden dapat meningkatkan pendapatannya setelah menerima pembiayaan BMT. Produk BMT khususnya BBA (Bai’ Bitsamanil Ajil) dan mudharabah untuk memberdayakan masyarakat miskin berbagai usaha produktif telah mampu mengurangi luas dan parahnya kemiskinan. Oleh sebab itu, program terpadu untuk masyarakat miskin yang di rancang oleh BMT yaitu penyediaan layanan keuangan dan non keuangan termasuk pengembangan spiritual melalui internalisasi nilai moral islam menjadi alat penting dalam pengentasan kemiskinan.

Penelitian yang dilakukan oleh Suroso & Suherman (2017) yang berjudul “Analisis Persepsi Masyarakat Terhadap Kualitas Pelayanan Lembaga Keuangan Mikro (Studi Anggota BMT Mardhatillah Berkah)”. Penelitian ini merupakan jenis penelitian dengan metode deskriptif kualitatif adapun teknik analisis yang digunakan adalah *Importance-*

*Performance Analysis.* Pengumpul data penelitian ini menggunakan wawancara dan kuisisioner serta sampel yang digunakan menggunakan *random sampling* dan slovin. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa adanya persepsi anggota terhadap kualitas pelayanan BMT Mardhatillah Berkah. Untuk dapat melihat hasil yang telah di analisis pada persepsi atas pelayanan yang diberikan oleh lembaga BMT menggunakan diagram kartesius. Diagram kartesius tersebut terbagi menjadi empat kuadran A, kuadran B, kuadran C, dan kuadran D. Dimana kuadran A menilai sopan santun kecepatan atau ketepatan pelayanan dan fasilitas BMT yang perlu ditingkatkan lagi. Adapun posisi dari kuadran B merupakan kualitas pada pelayanan BMT harus terus dipertahankan karena telah menguasai SOP sesuai dengan harapan para anggota. Tidak adanya layanan diagram kartesius dalam kuadran C. Sedangkan posisis kuadran D kualitas pelayanan dianggap berlebihan seperti penampilan pegawai yang dianggap berlebihan namun bagi BMT hal tersebut adalah standar yang telah di tetapkan.

Penelitian yang serupa juga dilakukan oleh Prastiwi (2018) yang berjudul “Pengaruh Persepsi Anggota pada Sharia Compliance, Komitmen Agama dan Atribut Produk Islam Terhadap Customers Trust yang Berdampak pada Keputusan Menggunakan Jasa Lembaga Keuangan Syariah (Studi Pada BMT Amanah Ummah Sukoharjo)”. Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan secara empiris apa saja faktor yang dapat mempengaruhi keputusan masyarakat dalam menggunakan jasa lembaga keuangan mikro syariah. Lokasi yang dipakai dalam penelitian ini adalah BMT Amanah Ummah di Sukoharjo. Sampel yang digunakan sebanyak 190 anggota BMT Amanah Ummah Sukoharjo. Penelitian ini menggunakan variabel persepsi anggota pada *sharia compliance* (X1), komitmen agama (X2), atribut produk Islam (X3), customer’s trust (Y), dan keputusan menggunakan jasa lembaga keuangan syariah (Z). hasil yang diperoleh pada penelitian ini adanya pengaruh yang signifikan pada *sharia compliance* dan atribuk produk islam berpengaruh positif terhadap

keputusan menggunakan jasa lembaga keuangan syariah. Sedangkan komitmen agama berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan jasa lembaga keuangan syariah sebesar arah negatif. Artinya masyarakat menggunakan jasa BMT Amanah Ummah bukan hanya karena membutuhkan, tetapi juga karena menganut prinsip syariah. Saran yang diberikan pada penelitian ini bahwa BMT Amanah Ummah juga perlu meningkatkan kualitas produk tabungan dan pembiayaannya dan memastikannya sesuai syariah. Hal ini akan meningkatkan kepercayaan calon anggota yang akan mempengaruhi keputusan mereka untuk menggunakan jasa lembaga keuangan syariah.

Adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian-penelitian sebelumnya seperti penelitian yang dilakukan oleh Mahendra (2021) hasil dari penelitiannya persepsi memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap minat sehingga dapat disimpulkan bahwa faktor yang mendorong pengaruh terhadap minat adalah persepsi masyarakat. Penelitian lainnya dilakukan oleh Prastiwi (2018) bertujuan untuk faktor yang mempengaruhi keputusan masyarakat dalam menggunakan jasa lembaga keuangan mikro syariah. Adapun hasil yang diperoleh dari penelitian tersebut pada variabel *sharia compliance* dan atribut produk islam memiliki pengaruh yang positif sedangkan komitmen agama memiliki nilai negatif sehingga dapat disimpulkan perlunya meningkatkan kepercayaan masyarakat yang akan mempengaruhi keputusan seseorang untuk menggunakan jasa lembaga keuangan syariah.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang penulis lakukan dimana penelitian ini membahas mengenai pengaruh persepsi terhadap minat menggunakan produk BMT namun yang membedakan terletak pada lokasi penelitian yang dilakukan di Universitas Islam Indonesia, subjek dari penelitian ini melibatkan dosen dan karyawan UII , sedangkan variabel yang digunakan ialah variabel independen yaitu persepsi dan variabel dependen dalam penelitian ini adalah minat menggunakan produk baitul maal wa tamwil (BMT.)

## **B. Landasan Teori**

### **1. Minat**

#### **a. Pengertian**

Minat merupakan keadaan seseorang yang memiliki perhatian atas sesuatu dibarengi dengan keinginan untuk mengetahui dan mempelajari sehingga dapat dibuktikan secara lanjut (Walgito, 1981). Minat merupakan kesadaran pada suatu situ, objek, dan seseorang yang bersangkutan dengan dirinya sendiri atau dipandang sebagai sesuatu yang wajar. Minat di definisikan sebagai keadaan seseorang sebelum melakukan tindakan yang dapat digunakan untuk memutuskan apakah akan menggunakan sesuatu atau tidak. Menurut Kotler dan Keller minat beli konsumen adalah suatu jenis perilaku konsumen dimana orang ingin membeli atau memilih suatu produk. Keadaan tertentu memiliki dampak yang signifikan terhadap pembelian konsumen. Sejauh mana keinginan atau dorongan seseorang untuk mencaoi sesuatu yang kuat juga disebut juga sebagai minat (Kotler & Keller, 2006).

Minat memiliki fungsi yang sangat dekat dengan perasaan dan pikiran. Penilaian yang akan diberikan oleh seseorang, kemudian menentukan setelah memilih pilihan yang diinginkan dan mengambil keputusan secara langsung. Namun, faktanya minat seringkali berubah searah dengan kehendak yang diinginkan individu tersebut. Oleh karena itu, minat tidak memiliki sifat yang tetap. Minat akan mengalami perubahan yang sangat besar searah dengan lama berjalannya waktu. Begitupun sebaliknya minat dapat diminimalisir apabila waktunya semakin kecil. Minat seseorang timbul karena faktor tertentu, yaitu rasa tertarik terhadap suatu produk atau kegiatan dan kebutuhan yang diperlukan oleh seseorang. timbulnya minat juga disebabkan oleh rasa senang sehingga seseorang memiliki rasa ketertarikan terhadap produk atau kegiatan tertentu. Perasaan senang tersebut dapat membuat dorongan dalam dirinya sendiri untuk segera melakukan aktifitas.

## **b. Faktor yang Mempengaruhi Minat**

Menurut Philip Kotler (2012) perilaku pembelian dipengaruhi oleh empat faktor utama yaitu: budaya, sosial, pribadi dan psikologis. Elemen ini digunakan sebagai penentu seseorang untuk membeli suatu produk atau jasa.

### 1) Faktor Budaya

Perilaku konsumen sangat dipengaruhi oleh faktor budaya. Bagaimanapun, keinginan dan perilaku dasar dibentuk secara budaya.

### 2) Faktor Sosial

Perilaku konsumen dipengaruhi oleh faktor sosial seperti keanggotaan kelompok, keluarga, peran dan status sosial konsumen.

### 3) Faktor Pribadi

Kualitas kepribadian konsumen sendiri mempengaruhi keputusan pembelian mereka. Jenis kelamin konsumen, usia, pekerjaan, gaya hidup. Kepribadian dan citra diri adalah beberapa karakteristik ini.

### 4) Faktor Psikologis

Konsumen dipengaruhi oleh faktor psikologis ketika memilih produk yang dibagi menjadi empat kategori: motivasi, persepsi, pengetahuan dan keyakinan.

Dari pembahasan di atas dapat disimpulkan bahwa banyak faktor yang dapat berpengaruh pada perilaku seorang konsumen untuk minat suatu produk. Minat terdapat di dalam faktor psikologis dimana faktor psikologis ini mencakup pengalaman belajar individu, serta sikap dan keyakinan individu. Namun selain faktor psikologis, faktor sosial juga menjadi salah satu faktornya karena memperoleh informasi dari

lingkungan sekitar seperti keluarga, teman, tetangga yang dapat membetuk suatu minat dalam diri individu tersebut.

### **c. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Timbulnya Minat**

Ada banyak faktor yang dapat mempengaruhi timbulnya minat terhadap sesuatu. Secara garis besar dapat dikelompokkan menjadi 2 yaitu bersumber dari dalam diri sendiri seperti jenis kelamin, umur, pengalaman, bobot, kepribadian, dan perasaan mampu. Yang kedua berasal dari luar individu mencakup lingkungan keluarga, lingkungan masyarakat dan lingkungan sekolah. Sedangkan menurut Abdul Rahman Shaleh (2004) ada 3 faktor yang mempengaruhi timbulnya minat yaitu :

- 1) Dorongan dari dalam individu yang dapat menyebabkan rasa ingin tahu terhadap sesuatu.
- 2) Motif sosial, faktor yang membangkitkan minat untuk melakukan suatu aktivitas dan menyesuaikan diri dengan seseorang.
- 3) Faktor emosional, minat untuk memiliki hubungan yang erat dengan emosional.

Dari faktor di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa minat seseorang timbul dalam dirinya sendiri artinya dorongan yang timbul untuk melakukan suatu aktivitas ataupun tindakan tertentu untuk memenuhinya. Karena manusia memiliki kepribadian yang kompleks maka dari tiga faktor tersebut menjadi penyebab timbulnya minat yang saling berkaitan sehingga cukup sulit untuk menentukan faktor manakah yang menjadi awal penyebab timbulnya minat.

### **d. Macam-Macam Minat**

Minat dapat dikelompokkan menjadi beberapa macam tergantung dari sudut pandang dan cara mengelompokkannya. Menurut Abdul Rahman Shaleh (2004) minat dibagi menjadi tiga macam yaitu :



- 1) Berdasarkan timbulnya, ada minat primitif dan minat kultural. Minat primitif adalah minat yang timbul disebabkan oleh kebutuhan biologis atau jaringan tubuh. Sedangkan minat kultural atau minat sosial adalah minat yang timbul dikarenakan proses belajar
- 2) Berdasarkan arahnya, ada minat intrinsik dan minat ekstrinsik. Minat intrinsik adalah minat yang berkaitan erat dengan aktivitas itu sendiri. Sedangkan minat ekstrinsik adalah minat yang berkaitan dengan tujuan akhir kegiatan tersebut.
- 3) Minat dapat dikategorikan kedalam empat kategori berdasarkan cara pengungkapannya, antara lain: 1) *expressed interest* minat yang diungkapkan ditentukan dengan menanyakan subjek apakah ia menikmati kegiatan tertentu atau tidak, 2) *manifest interest*, yang ditentukan melalui pengamatan langsung, 3) *tested interest*, minat yang ditentukan dengan menarik kesimpulan dari hasil jawaban yang objektif, 4) *inventoried interest*, minat yang ditentukan dengan menggunakan alat-alat yang sudah distandarisasi.

Dari macam-macam minat yang telah disebutkan diatas, sehingga dapat disimpulkan bahwa minat seseorang terhadap sesuatu tergantung pada gaya berpikir atau sudut pandangnya. Manusia diciptakan dengan berbagai kemampuan, sehingga ada berbagai cara untuk mengukur minat atau perhatian dari seseorang yang berbeda.

#### **e. Perilaku Pembelian**

Perilaku pembelian terhadap suatu produk terjadi setelah seseorang mengalami rentetan pemikiran dalam benaknya sehingga timbul persepsi mengenai merek dan lingkungan yang menjadi salah satu pengaruhnya. Sebelum seseorang memutuskan untuk melakukan pembelian, maka sebelumnya akan timbul minat beli dalam diri seseorang (Sari, 2020). Menurut Kotler (2004) ada

empat tipe perilaku pembelian berdasarkan tingkat keterlibatan pembelian dan tingkat perbedaan diantara merek antara lain:

1) Perilaku pembelian kompleks

Konsumen memiliki perilaku pembelian kompleks jika terlibat dalam suatu pembelian dan menyadari adanya perbedaan antara berbagai merek.

2) Perilaku pembelian mengurangi ketidaksesuaian

Langkah selanjutnya konsumen mengalami ketidaksesuaian yang diakibatkan oleh karakteristik yang telah ditentukan terhadap produk yang telah dibeli.

3) Perilaku pembelian kebiasaan

Konsumen mencari informasi mengenai suatu merek atau produk dan mengevaluasi karakteristik sehingga dapat membuat keputusan penuh dengan pertimbangan mengenai merek atau produk yang dibeli.

4) Perilaku pembelian mencari variasi

Pada beberapa kondisi konsumen banyak melakukan peralihan pada merek karena konsumen mempunyai sedikit keyakinan untuk memilih sebuah merek atau produk.

#### **f. Tahapan Proses Keputusan Pembelian**

Menurut Syahril (2019) mengatakan bahwa minat dapat diasumsikan sebagai minat beli, hal ini merupakan perilaku yang muncul sebagai terhadap objek yang menunjukkan keinginan konsumen untuk melakukan pembelian. Adapun menurut Kotler dan Keller (2009) ada lima tahapan dalam proses pembelian konsumen, yaitu:

1) Pengenalan kebutuhan

Tahapan awal dari proses pembelian produk yaitu dengan pengenalan kebutuhan atau masalah. Kebutuhan seseorang dapat dipengaruhi oleh faktor internal yang muncul karena

suatu dorongan, namun kebutuhan juga dapat dipengaruhi oleh faktor eksternal.

## 2) Pencarian Informasi

Konsumen yang memiliki kebutuhan akan berusaha untuk mencari informasi lebih banyak. Tingkat pencarian informasi pada produk yang diinginkan tergantung pada kekuatan dorongannya. Konsumen dapat meraih informasi dari berbagai sumber, yaitu sebagai berikut:

- a) Sumber pribadi seperti keluarga, tetangga, teman dan rekan kerja
- b) Sumber komersial seperti iklan, situs website
- c) Sumber publik seperti media sosial
- d) Sumber berdasarkan pengalaman seperti penggunaan produk

## 3) Evaluasi Alternatif

Proses mengevaluasi kebutuhan dan keinginan konsumen dengan membandingkan antara satu produk dengan produk lainnya.

## 4) Keputusan Pembelian

Dalam tahap evaluasi, konsumen menciptakan preferensi terhadap produk-produk yang telah dipilih dan dikumpulkan.

Konsumen membentuk suatu keinginan untuk memutuskan membeli produk atau tidak yang didasari dengan faktor seperti harga, pendanaan serta manfaat produk yang diharapkan.

## 5) Perilaku Pasca Pembelian

Tahapan terakhir dalam proses keputusan pembelian dimana konsumen mengambil langkah selanjutnya setelah dilakukannya pembelian atau menggunakan suatu produk berdasarkan kepuasan maupun ketidakpuasan.

### **g. Proses Keputusan Pembelian Produk Baru**

Produk baru adalah produk jasa atau ide yang dianggap oleh calon konsumen sebagai suatu hal yang baru. Proses adopsi merupakan proses mental yang dialami oleh individu dari tahapan pertama yaitu pencarian informasi serta mempelajarinya hingga sampai ke adopsi akhir. Adopsi adalah keputusan individu untuk menjadi pengguna tetap produk tertentu. Menurut Kotler (2006) tahapan proses pengadopsian produk baru melalui konsumen ada 5 yaitu:

- 1) Kesadaran
- 2) Ketertarikan
- 3) Pengevaluasian
- 4) Percobaan
- 5) Pengadopsian.

## **2. Persepsi**

### **a. Pengertian Persepsi**

Dalam KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) persepsi merupakan sebuah tanggapan yang diterima secara langsung oleh seseorang melalui proses dengan panca inderanya. Namun dalam kamus psikologi, persepsi memberikan koherensi melalui kesatuan input sensoris yang mengarah kepada proses sentral yang mencakup pelaku secara fisik, sensori, fisiologis, neurologis, afektif dan kognitif.

Persepsi merupakan suatu proses individu untuk mengorganisasikan dan menginterpretasikan kesan sensorik untuk memberi arti pada lingkungan mereka. Ketika seseorang termotivasi, maka mereka siap untuk bertindak. Tindakan yang diambil akan dipengaruhi oleh persepsi pada situasi yang dihadapinya. Karena mereka berada dalam konteks yang berbeda, dua orang dengan motivasi atau tujuan yang sama dapat bereaksi secara berbeda. Cara seseorang mempersepsikan suatu objek dipengaruhi oleh berbagai faktor internal maupun eksternal (Subakti et al., 2018).

Perssepsi ini dapat mempengaruhi pandangan seseorang terhadap objek tertentu. Sehingga orang akan menafsirkan informasi yang berbeda satu sama lain meskipun sumber informasi yang diperoleh berasal dari sumber yang sama. Demikian juga dengan dengan pemahaman masyarakat terkait BMT tentunya orang akan memiliki pandangan yang berbeda satu sama lain.hal ini tentu saja menjadi tantangan bagi BMT agar prodyk yang dihasilkan dapat diketahui dan dinikmati oleh semua orang (Ilfita & Canggih, 2021).

Setelah melihat beberapa pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa persepsi merupakan kegiatan yang terintegrasi dalam diri individu, sehinga apapun yang ada dalam diri individu akan terlibat secara aktif. Persepsi juga dapat didefinisikan sebagai perasaan, penalaran dan pengalaman individu tidak sama, konsekuensi dari persepsi terhadap suatu stimulasi dapat berbeda dari orang ke orang. Persepsi memiliki sifat yang individual.

#### **b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi**

Persepsi seseorang tidak terjadi begitu saja, tetapi ada faktor yang mempengaruhinya. Menurut Imran dan Bambang Hendrawan (2018) faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi yaitu:

- 1) Sikap, yang mempengaruhi apakah seseorang merespon secara positif atau negatif.
- 2) Motivasi, yaitu apa yang memicu seseorang untuk bertindak atau memiliki sikap yang akan menuntun untuk melakukan sesuatu.
- 3) Minat, yaitu unsur lain yang membedakan penilaian individu terhadap suatu hal atau objek tertentu dan mendasari pada suka atau tidak sukanya.
- 4) Pengalaman masalalu dapat mempengaruhi bagaimana seseorang dipersepsikan karena mengarah pada kesimpulan yang sama dengan apa yang telah dilihat dan didengar.

- 5) Harapan memiliki kecenderungan untuk membuat kita menolak ide, ajakan, dan tawaran yang tidak sesuai dengan harapan kita yang akan berdampak pada cara kita untuk mengambil suatu keputusan.
- 6) Sasaran, yaitu mempengaruhi penglihatan pada akhirnya akan mempengaruhi persepsi.
- 7) Lingkungan sekitar dapat mempengaruhi persepsi. Sasaran atau benda yang sama yang kita lihat dalam situasi yang berbeda akan menghasilkan persepsi yang berbeda.

Dari pembahasan diatas dapat dijelaskan bahwa persepsi terjadi akibat rangsangan dari lingkungan sekitar yang ditangkap oleh seseorang yang dipengaruhi oleh kemampuan diri sendiri untuk menangkap serta menerjemahkan rangsangan tersebut sehingga menimbulkan suatu informasi yang disimpan dalam memori individu tersebut. Banyaknya faktor yang mempengaruhi persepsi salah satunya yaitu minat seperti dalam penelitian yang diteliti minat menjadi faktor yang mempengaruhi persepsi karena minat menggambarkan situasi seseorang sebelum melakukan tindakan. Minat menggunakan produk BMT dapat diasumsikan sebagai minat beli merupakan perilaku yang timbul sebagai respon terhadap objek yang akan menunjukkan keinginan seseorang untuk melakukan pembelian.

### **c. Proses Persepsi**

Menurut Rivai (2001) ada tiga proses persepsi diantaranya:

#### **1) Seleksi Perseptual**

Seleksi perseptual terjadi ketika seseorang mempresepsikan dan memilih stimulasi sesuai dengan set psikologis yang mereka miliki hal ini disebut dengan seleksi persepsi. Set psikologi adalah kumpulan informasi yang terdapat dalam

memori seseorang. Sebelum proses seleksi, seseorang harus memberikan perhatian kepada stimulasi.

## 2) Organisasi Persepsi

Organisasi persepsi adalah informasi dari berbagai sumber yang disusun oleh seseorang menjadi satu kesatuan yang menyeluruh agar lebih dipahami dengan baik dan bertindak atas pemahaman tersebut. Prinsip dasarnya adalah berbagai stimulasi dapat dapat dirasakan sebagai suatu yang sudah dikelompokkan secara menyeluruh.

## 3) Interpretasi Perseptual

Proses terakhir pada persepsi adalah memberikan interpretasi atas stimulasi yang diterima oleh seseorang. Dasar interpretasi ini mencakup pengalaman penggunaan pada masa lalu yang tersimpan dalam memori seseorang.

Berdasarkan uraian proses persepsi diatas, dapat disimpulkan bahwa tahapan proses persepsi diawali dengan adanya stimulasi melalui pancaindra selanjutnya terjadi proses seleksi ketika konsumen menangkap dan memilih stimulasi yang didasari oleh informasi yang dimiliki oleh konsumen. Tahapan selanjutnya yaitu organisasi persepsi atau mengelompokkan informasi yang telah diperoleh, tahapan terakhir dalam proses persepsi adalah interpretasi yang didasari oleh pengalaman masa lalunya atau stimulasi yang diterima.

### **d. Persepsi Dalam Islam**

Persepsi dalam Islam merupakan proses psikologis penting yang berfungsi sebagai jendela pemahaman atas peristiwa dan realitas kehidupan manusia. Salah satu keistimewaan yang diberikan oleh Allah kepada manusia sebagai makhluk dibawah kekhalfahan adalah proses dan fungsi persepsi yang lebih rumit dan kompleks dibandingkan dengan makhluk Allah yang lain.

Dalam bahasa Al-Qur'an proses penciptaan merupakan awal dari berbagai proses dan fungsi persepsi. Dalam QS. Al-Mukminun ayat 12-24, menyebutkan bahwa proses penciptaan manusia meliputi perkembangan kemampuan pendengaran dan penglihatan. Dalam ayat ini tidak disebutkan telinga dan mata, hanya sebuah fungsi. Kedua tugas ini sering dinyatakan bersama-sama karena mereka penting bagi keberadaan manusia.

Proses persepsi diawali dengan penerimaan stimulus pada reseptor, dalam hal ini yaitu indera. Fungsi indera manusia sendiri tidak mulai bekerja ketika seseorang dilahirkan, tetapi ia akan berfungsi ketika perkembangan fisiknya berkembang. Sehingga ia dapat mengalami atas apa yang terjadi padanya dari pengaruh-pengaruh eksternal yang baru dan mengandung perasaan-perasaan yang dapat membentuk persepsi dan pengetahuannya untuk memahami dunia luar.

Alat indra yang dimiliki oleh manusia berjumlah lima macam yang bisa disebut dengan panca indera. Panca indera merupakan suatu alat yang berperan penting dalam melakukan persepsi, karena dengan panca indra inilah individu dapat memahami informasi menjadi sesuatu yang bermakna.

Ada beberapa ayat di bawah ini mewakili tentang panca indera yang berperan dalam proses persepsi, antara lain:

1) Penglihatan

2) *أَلَمْ تَرَ أَنَّ اللَّهَ يُزْجِي سَحَابًا ثُمَّ يُؤَلِّفُ بَيْنَهُ ثُمَّ يَجْعَلُهُ رُكَّامًا فَتَرَى الْوَدْقَ يَخْرُجُ مِنْ خَلَالِهِ وَيُنَزِّلُ مِنَ السَّمَاءِ مِنْ جِبَالٍ فِيهَا مِنْ بَرَدٍ فَيُصِيبُ بِهِ مَنْ يَشَاءُ وَيَصْرِفُهُ عَنِ مَنْ يَشَاءُ ۚ كَذَٰلِكَ سَنَأْتِيكَادُ سَنَا بَرْقِهِ يَذْهَبُ بِالْأَبْصَارِ ۚ*

*Artinya: "Tidaklah kamu melihat bahwa Allah mengarak awan, kemudian mengumpulkan antara (bagian-bagian)nya, kemudian menjadikannya bertindih-tindih, Maka kelihatanlah olehmu hujan keluar dari celah-celahnya dan Allah (juga) menurunkan*



*(butiranbutiran) es dari langit, (yaitu) dari (gumpalan-gumpalan awan seperti) gunung-gunung, Maka ditimpakan-Nya (butiran-butiran) esitu kepada siapa yang dikehendaki-Nya dan dipalingkan-Nya dari siapa yang dikehendaki-Nya. Kilauan kilat awan itu Hampir-hampir menghilangkan penglihatan.” (QS. An-Nur. 43).*

Ayat di atas memberikan penjelasan bahwa manusia menggunakan salah satu panca inderanya yaitu mata untuk mempelajari proses terjadinya hujan. Hal itu membuktikan bahwa sebelum manusia mengetahui proses terjadinya hujan terlebih dahulu terjadi penyerapan informasi oleh mata dan diteruskan menjadi sebuah persepsi. Sama halnya dengan seseorang mengetahui bagaimana sistem operasional di BMT sehingga seseorang tersebut mencari lebih banyak informasi tentang BMT dan kemudian timbul adanya persepsi.

3) Pendengaran

4) وَاللَّهُ أَخْرَجَكُمْ مِنْ بُطُونِ أُمَّهَاتِكُمْ لَا تَعْلَمُونَ شَيْئًا وَجَعَلَ لَكُمُ السَّمْعَ وَالْأَبْصَارَ وَالْأَفْئِدَةَ لَعَلَّكُمْ تَشْكُرُونَ

*Artinya : Dan Allah mengeluarkan kamu dari perut ibumu dalam keadaan tidak mengetahui sesuatupun. Dan Dia memberi kamu pendengaran, penglihatan dan hati agar kamu bersyukur.( QS. AnNahl. 78 ).*

Ayat tersebut memberikan gambaran bahwa sejak manusia dilahirkan dalam keadaan tidak mengetahui sesuatu apapun, maka Allah telah memberikan mereka panca indera sehingga manusia dapat merasakan atas apa yang terjadi padanya dari pengaruh-pengaruh luar yang baru dan mengandung perasaan-perasaan yang berbeda sifatnya antara satu sama lain. Dengan alat indera tersebut, manusia akan mengenali lingkungannya dan hidup di dalam lingkungan tersebut.

- 5) Perasaan Perasaan merupakan gejala psikis dengan tiga sifat khas, yaitu:
- a) Dihayati secara subyektif
  - b) Pada umumnya berkaitan dengan gejala pengenalan
  - c) Dialami oleh individu dengan rasa suka atau tidak suka

Persepsi dalam pandangan Islam adalah suatu proses kognitif yang dilalui individu ketika mereka mencoba memahami informasi menggunakan panca indera, seperti mata untuk melihat, telinga untuk mendengar, hidung untuk penciuman, hati untuk merasakan, dan pemahaman dengan indera mata maupun pemahaman dengan hati dan akal.

#### **e. Hubungan Antara Persepsi dengan Minat**

Berdasarkan teori yang telah dijelaskan diatas, mengatakan bahwa persepsi merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi minat. Minat merupakan faktor yang dapat membedakan antara penilaian seseorang dengan objek tertentu yang didasari pada kesukaan dan ketidaksukaan terhadap onjek tertentu. Sebelum adanya keinginan atau minat, konsumen mencari informasi lebih banyak tentang produk yang diinginkan. Adapun sumber informasi yang digunakan yaitu persepsi individual berupa tampilan fisik dan sumber informasi luar seperti persepsi dari konsumen lainnya.

### **3. Baitul Mal Wa Tamwil (BMT)**

#### **a. Pengertian**

Baitul Maal Wa Tamwil merupakan sebuah lembaga keuangan yang menerapkan prinsip syariah. BMT memiliki dua pengertian yang berbeda yaitul *Maal* dan *tamwil* namun masih dalam konsep yang sama bagi suatu kegiatan lembaga. *Maal* suatu lembaga keuangan yang tugasnya untuk menerima dan menyalurkan dana masyarakat yang bersifat non profit. Dana

tersebut bersumber dari zakat, infaq dan shadaqah (ZIS). Sedangkan *tamwil* bergerak dalam suatu usaha produktif hal ini bertujuan agar memperoleh suatu keuntungan melalui bagian masyarakat menengah ke bawah (Masyithoh, 2014)

Menurut (Mashuri, 2016) Baitul Maal Wa Tamwil secara konseptual memiliki dua fungsi. Pertama, *Bait* yang artinya rumah sedangkan *at Tamwil* yang artinya pengembangan harta dimana fungsinya untuk melaksanakan suatu kegiatan agar meningkatkan usaha produktif serta mendorong kualitas perekonomian bagi pengusaha mikro dan kecil dan menengah terutama untuk memajukan kegiatan dalam memberikan pembiayaan, menabung, dan investasi untuk menunjang kegiatan ekonomi. Kedua, *Bait* yang artinya rumah sedangkan *Maal* artinya Harta dimana fungsinya untuk memperoleh dana dari zakat, infak dan shadaqah (ZIS) serta memaksimalkan pendistribusian searah dengan peraturan dan amanah yang telah ditetapkan.

Setelah melihat penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa BMT mempunyai dua konsep fungsi yaitu baitul maal yang artinya rumah dana sedangkan baitul tamwil yang artinya rumah usaha. BMT adalah lembaga keuangan mikro syariah yang memiliki fungsi untuk mengumpulkan dana masyarakat dan menyalurkannya dalam bentuk pembiayaan kepada usaha mikro kecil dan menengah dengan menggunakan prinsip syariah dan tidak menggunakan sistem bunga melainkan menggunakan sistem bagi hasil dalam setiap transaksinya.

#### **b. Fungsi BMT**

BMT memiliki fungsi untuk mencapai tujuannya dengan mendorong, menyalurkan, dan mengembangkan kemampuan perekonomian masyarakat.

- 1) Memajukan kualitas sumber daya manusia agar lebih profesional dan memiliki prinsip syariah sehingga dapat menghadapi persaingan dengan tangguh.
- 2) Mengumpulkan dan mendistribusikan kemampuan masyarakat untuk lebih meningkatkan kesejahteraan ekonomi.
- 3) Perantara keuangan antara masyarakat yang memiliki dana lebih (pemilik dana) dengan masyarakat yang kekurangan dana (masyarakat dhuafa) sehingga dapat disalurkan melalui dana sosial seperti zakat, infaq, shadaqah dan lain-lain.
- 4) Perantara keuangan antara masyarakat yang memiliki kelebihan dana (pemilik dana) dengan masyarakat yang kekurangan dana (penerima dana) agar masyarakat dapat mengembangkan usahanya (Ridwan, 2004).

#### **c. Produk-Produk BMT**

Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) menawarkan berbagai layanan dan produk untuk melakukan kegiatan komersialnya termasuk penghimpunan dana dan pembiayaan. Berikut adalah penghimpunan dana dan pembiayaan yang ditawarkan oleh BMT:

##### 1) Produk Penghimpunan Dana (Simpanan)

Pelayanan jasa simpanan yang ditawarkan BMT berbentuk simpanan berjangka waktu dengan persyaratan kelayakan dan penarikan tertentu. Dalam hal ini, BMT menghimpun berbagai macam simpanan tergantung pada kebutuhan dan kemudahan yang dimiliki simpanan tersebut (Irwanuddin, 2017). Produk penghimpunan dana di BMT antara lain:

- a) Giro Wadi'ah merupakan produk simpanan yang dapat ditarik kapanpun. BMT diperbolehkan mengelola dana titipan nasabah. Nasabah berhak untuk mendapatkan bonus dari keuntungan dari pengelolaan dana tersebut. Besarnya bonus tidak ditentukan diawal namun sesuai dengan kebijakan yang telah ditetapkan oleh BMT.

- b) Tabungan Mudharabah merupakan dana simpanan nasabah yang akan dikelola oleh BMT untuk memperoleh keuntungan. Keuntungan yang diperoleh akan diserahkan sesuai dengan kesepakatan nasabah. Nasabah sebagai shahibul maal (Pemilik dana) dan BMT sebagai mudharib (Pengelola dana).
- c) Deposito Mudharabah diperbolehkan BMT untuk melakukan berbagai macam usaha sesuai dengan syariat islam. BMT juga diperbolehkan untuk mengelola dana nasabah.

## 2) Produk Penyaluran Dana (Pembiayaan)

BMT adalah lembaga sosial non bank yang juga beroperasi sebagai bisnis untuk membantu masyarakat meningkatkan situasi ekonomi mereka. Sesuai dengan hal tersebut maka dana yang diterima dari anggota harus diserahkan kepada anggotanya dalam bentuk pinjaman. BMT memiliki berbagai jenis pembiayaan yaitu sebagai berikut: pembiayaan murabahah adalah kesepakatan antara kedua belah pihak dimana BMT sebagai pemberi modal sedangkan anggota sebagai peminjam pembiayaan ini berakad jual beli. Adapun pembiayaan Ba'I Bitsaman Ajil (BBA) merupakan pembiayaan yang telah disepakati oleh kedua pihak antara BMT dengan nasabah, dimana BMT sebagai penyedia dana untuk investasi dan nasabah sebagai pembeli barang modal yang nantinya proses pembayaran dilakukan dengan cara angsuran (Mashuri, 2016). BMT memiliki tiga model pembiayaan yaitu:

- a) Pembiayaan dengan sistem bagi hasil di BMT yaitu, pembiayaan mudharabah tanpa campur tangan BMT dalam mengelola usaha, sedangkan pembiayaan musyarakah BMT diperbolehkan ikut serta mengelola usaha.

- b) Pembiayaan jual beli dengan keuntungan yang ada di BMT yaitu, pembayaan murabahah merupakan pembelian barang untuk nasabah dengan pembayaran yang dilunasi pada jangka waktu tertentu dan pembelian barang untuk nasabah dengan pembayaran dilakukan secara mencicil hingga lunas.

Pembiayaan kebajikan adalah pembiayaan yang dananya berasal dari titipan BAZIS. Oleh sebab itu hanya diberikan kepada calon nasabah yang telah memenuhi persyaratan orang yang berhak menerima zakat, infak, shadaqoh. Pembiayaan kebajikan tidak dikenai biaya apapun, namun diharuskan untuk dikembalikan dalam jumlah semula karena hal tersebut merupakan sebuah titipan amanah.

#### **d. Perbedaan BMT dan Bank Syariah**

Secara prinsip BMT dan bank syariah memiliki prinsip yang sama dalam melakukan operasionalnya yaitu menjunjung asas ekonomi islam. Tetapi BMT dan Bank syariah memiliki beberapa perbedaan yang paling menonjol yaitu status hukum yang menaungi keduanya dimana bank syariah telah berbentuk perseroan dan patuh di bawah undang-undang perbankan syariah. Sedangkan BMT masih belum mempunyai status yang jelas di perundang-undangan walaupun mendapat bantuan dan dukungannya dari pemerintah. Sehingga solusi dari hal tersebut BMT masih menginduk pada UU Koperasi No. 17 Tahun 2012 Tentang Perkoprasian walaupun operasional dan mekanisme kerjanya berbeda.

BMT tidak memiliki modal awal sebesar Bank Syariah, karena salah satu syarat berdirinya suatu bank adalah dengan mencapai modal awal sebesar yang ditetapkan dalam UU perbankan, sama halnya dengan bank syariah harus memenuhi

persyaratan yang telah ditentukan tersebut. BMT memiliki pangsa pasar yang lebih kecil daripada bank syariah yaitu mencakup wilayah kabupaten dan sekitarnya.

Perbedaan pada nisbah bagi hasil produk tabungan, BMT menentukan nisbah lebih kecil bagi nasabah yang menabung. Penyebab hal ini adalah pertimbangan modal BMT yang lebih kecil, sistem *profit and lost sharing* yang berbeda dengan bank syariah, tidak adanya pembebanan biaya administrasi bagi nasabah, serta tingkat likuiditas BMT sendiri. Pada BMT biaya administrasi ditanggung oleh nasabah ketika nasabah akan menutup rekening tabungannya (Yunus, 2009).

#### **F. Hipotesis**

Hipotesis adalah dugaan dari jawaban sementara suatu penelitian yang dilakukan dan perlu dibuktikan kebenrannya melalui data yang telah dikumpulkan melalui penelitian (Sugiyono, 2014). Penelitian yang berjudul “Pengaruh Persepsi Dosen dan Karyawan UII Terhadap Minat Menggunakan Produk Baitul Maal Wa Tamwil (BMT)” diperoleh dua hipotesis yaitu  $H_0$  diduga bahwa persepsi dosen dan karyawan UII tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan produk BMT sedangkan  $H_a$  diduga bahwa persepsi dosen dan karyawan UII terhadap minat menggunakan produk BMT. Hasil yang diperoleh dalam penelitian yang telah dilakukan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima sehingga dapat dikatakan bahwa adanya pengaruh antara persepsi dosen dan karyawan UII terhadap minat menggunakan produk baitul maal wa tamwil (BMT).

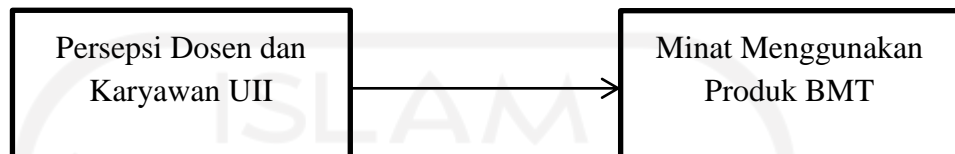
Berdasarkan landasan teori diatas, maka dapat dirumuskan adanya dugaan sementara atau hipotesis penelitian sebagai berikut:

$H_0$  : Tidak terdapat pengaruh antara persepsi dosen dan karyawan UII terhadap minat menggunakan produk baitul maal wa tamwil (BMT)

$H_a$  : Terdapat pengaruh antara persepsi dosen dan karyawan UII terhadap minat menggunakan produk baitul maal wa tamwil (BMT)

### G. Kerangka Berfikir

Dalam penelitian ini, hal utama yang dilakukan adalah memahami teori apa yang menunjang dalam penyelesaian pertanyaan yang ditanyakan pada rumusan masalah.



**Gambar 2. 1**  
**Kerangka Berpikir**



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Desain Penelitian**

Dalam penelitian ini penulis melakukan penelitian dengan menggunakan kuantitatif dengan metode *survey* dan sampelnya adalah dosen dan karyawan Universitas Islam Indonesia. Penelitian ini termasuk dalam penelitian kuantitatif karena penelitian ini menggunakan data berupa angka yang dapat dihitung serta diukur, dan mengolah data hingga menganalisisnya sesuai dengan standar statistik tertentu. Pada pendekatan kuantitatif ini digunakan untuk dapat melihat ada atau tidaknya hubungan antar variabel dependen dan variabel independen, dalam penelitian ini variabel independen yang digunakan adalah persepsi dosen dan karyawan UII. Sedangkan variabel dependennya adalah minat menggunakan produk BMT.

#### **B. Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Universitas Islam Indonesia Jl. Kaliurang No.Km. 14,5, Krawitan, Umbulmartani, Kec. Ngemplak, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta

#### **C. Waktu Pelaksanaan Penelitian**

Penelitian dengan judul “Pengaruh Persepsi Dosen dan Karyawan UII Terhadap Minat Menggunakan Produk BMT” akan dilakukan kurang lebih empat bulan yaitu dari bulan Juni hingga Oktober 2022.

#### **D. Subjek dan Objek Penelitian**

Subjek penelitian adalah tempat untuk memperoleh data pada variabel penelitian (Arikunto, 2010). Adapun yang dijadikan subjek yaitu dosen dan karyawan UII. Objek penelitian adalah suatu gambaran yang akan dijelaskan untuk mendapatkan sebuah informasi dari penelitian yang

diteliti. Sedangkan objek penelitian ini adalah pengaruh persepsi terhadap minat menggunakan produk BMT.

### E. Populasi dan Sampel

Populasi adalah suatu wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang memiliki kuantitas serta karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk diteliti sebelum menarik kesimpulan (Sugiyono, 2015). Populasi pada penelitian ini adalah dosen dan karyawan Universitas Islam Indonesia di Yogyakarta yang berpotensi menggunakan produk BMT. Jumlah populasi pada dosen dan karyawan UII sebanyak 1.939 orang (www.uui.ac.id). Populasi yang akan diambil oleh peneliti besar kemungkinan peneliti tidak dapat mencapai semua karena keterbatasan waktu, tenaga dan fikiran sehingga peneliti dapat menggunakan sampel.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik pada populasi, apabila populasi memiliki jumlah yang besar maka peneliti tidak dapat mempelajari semua yang ada pada populasi sehingga populasi yang dijadikan sampel harus bisa mewakili (Sugiyono, 2015).

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Karena banyaknya jumlah dosen dan karyawan UII sehingga tidak memungkinkan peneliti secara keseluruhan maka peneliti mengambil 100 responden dalam penelitian ini. Sampel pada penelitian ini responden tidak ada perlakuan khusus terhadap mereka, semua sama yang akan dipih menjadi sampel. Untuk menentukan jumlah sampel pada populasi menurut Akdon dan Ridwan (2013) sebagai berikut:

$$n = \frac{Z_{\alpha/2} \cdot \sigma^2}{e}$$

$$n = \frac{1,96/0,25^2}{e}$$

$$n = 96,04 = 100$$

Keterangan:

$n$  : Jumlah Sampel

$Z\alpha$  : Tingkat keyakinan yang dibutuhkan dalam peneliti

$E$  : standar deviasi baku dan populasi

$\sigma$  : tingkat kesalahan

Jadi berdasarkan rumus diatas, besarnya nilai sampel sebesar 96,04 orang, tetapi pada dasarnya tidak ada aturan yang baku dalam menentukan jumlah sampel. Maka dalam penelitian ini peneliti membulatkan menjadi 100 orang responden untuk diteliti.

#### **F. Sumber Data**

Fokus pada penelitian ini adalah bagaimana persepsi dosen dan karyawan UII terhadap minat menggunakan produk BMT. Sumber data yang diperoleh yaitu berdasarkan sumber data yang digunakan yaitu: Data primer merupakan sumber data yang diperoleh peneliti secara langsung (Sugiyono, 2015). Sumber data primer dalam penelitian ini adalah hasil dari penyebaran kuisioner yang telah di isi oleh dosen dan karyawan UII.

#### **G. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini untuk memperoleh data dan informasi dengan menggunakan metode *non-probability sampling*. Metode dalam penelitian ini yaitu metode *purposive sampling*. Metode ini mengambil sampel dengan sengaja melalui sampel dosen dan karyawan UII. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuisioner. Kuisioner merupakan teknik pengumpulan data dengan memberikan pertanyaan tertulis agar dijawab oleh responden (sugiyono, 2014).

#### **H. Definisi Operasional variabel**

Dalam penelitian ini melakukan pengukuran terhadap dua variabel penelitian yaitu variabel dependen dan independen. Dalam penelitian ini

minat sebagai variabel dependen (Y) sementara pengaruh persepsi sebagai variabel (X).

1. Variabel Terikat (Depeden)

Variabel terikat (X) adalah variabel yang mempengaruhi dan menjadi sebab timbulnya serta berubahnya variabel depeden atau terikat (Sugiyono, 2012). Variabel depeden dalam penelitian ini adalah persepsi.

2. Variabel Bebas (Independen)

Variabel Bebas (Y) merupakan variabel yang di pengaruhi atau menjadi sebuah sebab maupun akibat karena adanya suatu variabel bebas (Sugiyono 2012). Variabel independen dalam penelitian ini Minat untuk menggunakan produk baitul maal wa tamwil (BMT).

**Tabel 3. 1**  
**Operasional Variabel**

| Variabel     | Indikator  | Sumber          | Pertanyaan   |
|--------------|--|-----------------|--|
| Persepsi (X) | Penyerapan terhadap rangsang atau objek dari luar individu | (Walgito, 2004) | 1. Informasi dan promosi yang dilakukan oleh BMT menarik saya untuk menggunakan BMT                              |
|              | Pengertian atau  |                 | 2. Saya mendapat informasi dan saran yang baik untuk menggunakan produk BMT dari teman, keluarga atau orang lain |
|              |  |                 | 3. Menurut saya sistem dan   |

|  |                         |   |
|--|-------------------------|---|
|  | pemahaman               | <p>produk di BMT sudah sesuai dengan syariat islam</p> <p>4. Menurut saya transaksi di BMT dapat terhindar dari riba atau bunga</p> <p>5. Saya mengetahui akad-akad yang digunakan dalam semua produk BMT seperti mudharabah, musyarakah dan lainnya</p> <p>6. Saya mengetahui selain produk pembiayaan, di BMT juga terdapat produk sosial seperti zakat, infaq, shadaqah</p>                                      |
|  | Penilaian atau evaluasi | <p>7. Sistem operasional yang sesuai dengan syariat islam menjadi faktor utama saya menggunakan produk BMT</p> <p>8. aktifitas operasional dan jenis produk yang ada di BMT berbeda dengan yang ada di lembaga konvensional</p> <p>9. Menurut saya tingkat resiko pada produk BT lebih rendah dibandingkan lembaga konvensional</p> <p>10. Menurut saya produk dan layanan BMT dapat digunakan seluruh kalangan</p> |

|              |                     |                       |  |
|--------------|---------------------|-----------------------|--|
|              |                     |                       | masyarakat   |
| Minat<br>(Y) | Minat Transaksional | (Ferdinand<br>, 2002) | 1. Saya tertarik untuk menggunakan produk BMT karena keamanan dan kepercayaan terjaga  |
|              | Minat Referensial   |                       | 2. Saya akan merekomendasikan keluarga saya untuk menggunakan produk BMT   |
|              | Minat Preferensi    |                       | 3. Saya akan merekomendasikan teman saya untuk menggunakan produk BMT  |
|              | Minat Eksploratif   |                       | 4. Saya memilih produk BMT karena sesuai dengan kebutuhan saya<br>5. Saya akan lebih berminat menggunakan produk BMT dibandingkan lembaga konvensional |
|              |                     |                       | 6. Saya mencari informasi mengenai BMT sebanyak mungkin sebelum menggunakan produk BMT   |

## I. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat bantu yang digunakan peneliti untuk mengukur fenomena alam dan sosial yang akan diteliti.

### 1. Skala Pengukuran

Dalam penelitian ini melakukan skala pengukuran yaitu dengan diukur menggunakan skala likert. Skala ini digunakan untuk mengukur suatu sikap serta persepsi dari setiap individu untuk menempatkan diri pada komunitas item dalam dimensi yang sama. Dengan skala likert yang digunakan sebagai alternatif responden bertujuan untuk menjawab soal yang telah disediakan oleh peneliti, oleh karena itu responden hanya menjawab dengan cara *checklist* jawaban yang sesuai.

Alternatif yang digunakan sebagai berikut:

**Tabel 3. 2**  
**Skala Pengukuran**

| <b>Skor</b> | <b>Penjelasan</b>         |
|-------------|---------------------------|
| 1           | Sangat Tidak Setuju (STS) |
| 2           | Tidak Setuju (TS)         |
| 3           | Netral (N)                |
| 4           | Setuju (S)                |
| 5           | Sangat Setuju (SS)        |

## 2. Kuisisioner

Kuisisioner atau dikenal sebagai angket adalah startegi pengumpulan data yang menghubungkan responden yang menjadi subjek penelitian dengan harapan akan menjawab serangkaian pertanyaan atau pernyataan. Kuisisioner dibagi menjadi dua jenis, yaitu kuisisioner terbuka tanpa opsi jawaban dan kuisisioner tertutup dengan opsi alternatif jawaban. Instrumen pada lembar daftar pertanyaan bisa berupa checklist ataupun skala (Risanty & Sopiyan, 2017).

## J. Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yaitu dengan menggunakan analisis deskriptif dengan memaparkan atau mendeskripsikan data pada penelitian ini. Tujuan dari analisis deskriptif adalah untuk menggambarkan informasi yang telah diperoleh dari data sehingga meraih kesimpulan dari sejumlah data yang telah terkumpul. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear sederhana. Analisis ini menggunakan software SPSS versi 21. Dalam proses analisis regresi linear sederhana juga dilakukan uji kualitas data yang terdiri dari uji validitas dan uji reliabilitas. Dilanjutkan dengan analisis deskriptif dan uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas dan uji linearitas. Kemudian proses terakhir dilakukan uji analisis regresi linear sederhana dan dilanjutkan dengan uji hipotesis yang terdiri dari Uji t dan uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) sehingga dapat menghasilkan kesimpulan dan saran.

## 1. Uji Kualitas Data

### a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuisioner. Dalam hal ini apabila kuisioner dapat mengukur dan menyajikan data secara tepat berdasarkan pada validitas penelitian, maka kuisioner tersebut dianggap valid. Dalam penelitian ini uji validitas bertujuan untuk mengukur ketepatan serta kelayakan pada butir-butir pertanyaan dalam suatu variabel. Dalam pengujian validitas penelitian ini menggunakan dasar pengambilan keputusan yaitu dengan membandingkan  $r$  hitung dengan nilai  $r$  tabel yang berkaitan dengan pengambilan keputusan yaitu:

- Jika nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dianggap valid
- Jika nilai  $r_{hitung} < r_{tabel}$  dianggap tidak valid

#### 1) Uji Validitas Variabel Persepsi (X)

Hasil dari uji validitas persepsi dengan memberikan 10 pertanyaan yang diwakili dengan lambang P1 hingga P10.



Hasil dari uji validitas untuk 10 pertanyaan pada variabel X dapat dikatakan valid, hasil uji validitas penelitian tersedia dalam tabel berikut:

**Tabel 3. 3**  
**Hasil Uji Validitas Persepsi (X)**

| Pertanyaan | rhitung | Sig.  | Rtabel | Keterangan |
|------------|---------|-------|--------|------------|
| Item P1    | 0,830   | 0,000 | 0,195  | Valid      |
| Item P2    | 0,774   | 0,000 | 0,195  | Valid      |
| Item P3    | 0,826   | 0,000 | 0,195  | Valid      |
| Item P4    | 0,713   | 0,000 | 0,195  | Valid      |
| Item P5    | 0,766   | 0,000 | 0,195  | Valid      |
| Item P6    | 0,738   | 0,000 | 0,195  | Valid      |
| Item P7    | 0,823   | 0,000 | 0,195  | Valid      |
| Item P8    | 0,797   | 0,000 | 0,195  | Valid      |
| Item P9    | 0,709   | 0,000 | 0,195  | Valid      |
| Item P10   | 0,667   | 0,000 | 0,195  | Valid      |

**Sumber :** Data primer yang diolah, 2022

## 2) Uji Validitas Minat (Y)

Hasil dari uji validitas persepsi dengan memberikan 6 pertanyaan yang diwakili dengan lambang Y1 hingga Y6. Hasil dari uji validitas untuk 6 pertanyaan pada variabel Y dapat dikatakan valid, hasil uji validitas penelitian tersedia dalam tabel berikut:

**Tabel 3. 4**

**Hasil Uji validitas Variabel Minat (Y)**

| Pertanyaan | rhitung | Sig. | Rtabel | Keterangan |
|------------|---------|------|--------|------------|
| Item Y1    | 0,861   | 000  | 0,195  | Valid      |
| Item Y2    | 0,918   | 000  | 0,195  | Valid      |

|         |       |     |       |       |
|---------|-------|-----|-------|-------|
| Item Y3 | 0,899 | 000 | 0,195 | Valid |
| Item Y4 | 0,873 | 000 | 0,195 | Valid |
| Item Y5 | 0,836 | 000 | 0,195 | Valid |
| Item Y6 | 0,720 | 000 | 0,195 | Valid |

**Sumber :** Data primer yang diolah, 2022

#### b. Uji Reabilitas

Reabilitas adalah tingkat kepercayaan pada hasil pengukuran. menunjukkan konsistensi hasil pengukuran dimana dijelaskan jika sekiranya alat pengukuran itu digunakan oleh orang yang sama dalam waktu yang berbeda atau orang yang berbeda dalam waktu yang sama. Jadi, uji reabilitas berguna untuk mengetahui bahwa data tersebut tidak berubah hasilnya walaupun dalam kurun waktu tertentu diukur dengan alat ukur.

**Tabel 3. 5**  
**Uji Reabilitas**

| No | Variabel     | <i>Cronbach Alpha</i> | Batas Minimum | Keterangan |
|----|--------------|-----------------------|---------------|------------|
| 1  | Persepsi (X) | 0,920                 | 0,6           | Realibel   |
| 2  | Minat (Y)    | 0,923                 | 0,6           | Realibel   |

**Sumber :** Data primer yang diolah 2022

Berdasarkan hasil uji reabilitas yang telah ditunjukkan pada tabel 3.5 diatas terlihat bahwa nilai koefisien *Cronbach Alpha* pada masing-masing variabel dengan nilai yang lebih besar dari batas minimum (0,6) dapat dinyatakan bahwa semua butir pertanyaan kuisisioner layak dijadikan penelitian dan variabel penelitian adalah reliabel.

## 2. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif bertujuan untuk menjelaskan gambaran mengenai informasi data yang diteliti melalui data sampel tanpa

menarik kesimpulan terhadap gugus induknya yang lebih besar. Contoh statistika deskriptif yang sering muncul adalah tabel, diagram, grafik dan besaran lainnya di majalah maupun koran. Adanya statistika deskriptif dapat data yang telah diperoleh tersaji dengan ringkas dan rapi sehingga memberikan informasi inti dari kumpulan data yang ada.

### 3. Uji Asumsi Klasik

Regresi linear sederhana

#### a. Uji Normalitas

Uji normalitas pada model regresi digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki nilai residual yang terdistribusi secara normal. Beberapa metode uji normalitas yaitu dengan melihat penyebaran data pada sumbu diagonal pada grafik *Normal P-P Plot of Regression standardized residual* atau dengan uji *One Sample Kolmogorov*, *Chi-Square*, *Liliefors* maupun *Shapiro-wilk*. Dasar pengambilan keputusan mengasumsikan bahwa nilai residual dari model regresi berdistribusi normal jika nilai probabilitasnya lebih besar dari tingkat kekeliruan 5% (0,5) (Santoso, 2009).

#### b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas yang digunakan untuk mengetahui apakah ada kemiripan antara variabel independen dan variabel dependen dalam satu model. Uji multikolinearitas dilakukan dengan melihat nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor (VIF)* dari hasil analisis menggunakan SPSS. Kriteria dari uji multikolinearitas adalah jika nilai *tolerance* lebih besar daripada 0,10 dan nilai *VIF* lebih kecil daripada 10,00 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas (Santoso, 2009).

#### c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ini terjadi ketidaksamaan varian dan residual

satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak terjadi heterokedastisitas. Dalam menguji ada tidaknya heteroskedastisitas yaitu dengan menggunakan uji *Rank Spearman* yaitu dengan mengkorelasikan variabel independen terhadap nilai absolut dari residual hasil regresi. Jika probabilitas menunjukkan nilai lebih dari 0,05 maka dalam model regresi yang digunakan terjadi heteroskedastisitas atau tidak (Ghozali, 2011).

d. Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen dan variabel dependen yang digunakan sudah benar atau tidak. Uji linearitas bertujuan untuk memperoleh informasi berupa fungsi apakah yang digunakan dalam studi empiris sebaiknya berbentuk linear, kubik, dan kuadrat. Data yang baik yaitu jika data yang mempunyai hubungan linear antara variabel independen dengan variabel dependen (Ghozali, 2011). Penelitian ini menggunakan *uji test for linearity* dengan taraf signifikansi 0,05. Berikut adalah kriteria pengujiannya:

- 1) Jika probabilitas  $> 0,05$  maka adanya hubungan antara variabel independen dengan dependen adalah linear.
- 2) Jika probabilitas  $< 0,05$  maka tidak ada hubungan antara variabel independen dengan dependen adalah tidak linear.

### 3. Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi sederhana merupakan salah satu teknik dalam perhitungan statistika yang sering digunakan untuk mengkasi hubungan antar variabel bebas dan variabel terikat. Dalam regresi sederhana, hubungan antara variabel bersifat linear, dimana perubahan X akan diikuti oleh perubahan Y secara tetap. Persamaan regresi linear sederhana sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

**Minat nasabah = Konstanta Regresi + Koefisien Regresi Persepsi + Error**

Keterangan:

Y : Variabel dependen atau respon Minat menggunakan produk BMT

a : Konstanta Regresi

b : Koefisien Regresi atau slope

X : variabel independen Persepsi dosen dan karyawan UII

**a. Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji t)**

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen (Persepsi) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Minat). Hipotesis yang akan diuji menggunakan uji t adalah hipotesis  $H_a$  dengan prosedur pengujian sebagai berikut:

$H_a$  diterima, apabila nilai koefisien regresi bernilai  $> 0$ , atau nilai signifikansi t hitung adalah  $< 0,05$  (5%).

$H_a$  ditolak, apabila nilai koefisien regresi bernilai  $\leq 0$  atau nilai signifikansi t hitung adalah  $\geq 0,05$  (5%).

**b. Uji Koefisien Determinasi (R Square)**

Uji koefisien determinasi dalam regresi linear sederhana digunakan untuk mengukur persentasi setiap variabel independen(X) yang berpengaruh terhadap variabel dependen (Y). koefisien determinasi memiliki nilai antara 0 dan 1. Jika nilai koefisien 0 maka variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen namun apabila nilai koefisien mendekati maka dapat dikatakan bahwa variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

## BAB IV

### ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

#### A. Hasil Penelitian

##### 1. Analisis Deskriptif Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah persepsi dosen dan karyawan UII terhadap minat menggunakan produk BMT. Dimana yang diteliti disini adalah dosen dan karyawan Universitas Islam Indonesia. Berikut adalah pemaparan mengenai profil dosen dan karyawan UII yang bertindak sebagai responden :

Untuk mempermudah dalam mengidentifikasi responden dalam penelitian ini, maka dibutuhkan gambaran karakteristik responden sebagai berikut :

##### a. Kriteria Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

**Tabel 4. 1**  
**Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

| <b>Kategori</b> | <b>Jumlah Responden</b> | <b>Presentase</b> |
|-----------------|-------------------------|-------------------|
| Laki-Laki       | 68                      | 68%               |
| Perempuan       | 32                      | 32%               |
| <b>Total</b>    | <b>100</b>              | <b>100%</b>       |

**Sumber :** Data primer diolah 2022

Berdasarkan dari data pada tabel diatas, diperoleh identifikasi penyebaran kuisioner pada responden berdasarkan jenis kelamin diperoleh sebanyak 68 responden laki-laki dan 32 responden perempuan. Dalam penentuan jumlah responden laki-laki dan perempuan, dilakukan secara random asalkan sudah memenuhi kriteria calon responden.

##### b. Kriteria Responden Berdasarkan Usia

**Tabel 4. 2**  
**Responden Berdasarkan Usia**

| <b>Kategori</b> | <b>Jumlah Responden</b> | <b>Presentase</b> |
|-----------------|-------------------------|-------------------|
| 20-30 Tahun     | 28                      | 28%               |
| 31-40 Tahun     | 31                      | 31%               |
| 41-50 Tahun     | 23                      | 23%               |
| >50 Tahun       | 18                      | 18%               |
| <b>Total</b>    | <b>100</b>              | <b>100%</b>       |

**Sumber :** data primer diolah 2022

Berdasarkan dari data pada tabel diatas, dapat dilihat bahwa jumlah responden paling dominan dari kategori usia adalah responden yang berusia 31-40 tahun sebanyak 31 responden dengan presentase 31%, yang berusia 20-30 tahun sebanyak 28 responden dengan presentase 28%, responden yang berusia 41-50 tahun sebanyak 23 responden dengan presentase 23%, dan usia yang lebih dari 50 tahun keatas sebanyak 18 responden.

#### c. Kriteria Responden Berdasarkan Pekerjaan

**Tabel 4. 3**  
**Responden Berdasarkan Pekerjaan**

| <b>Kategori</b> | <b>Jumlah Responden</b> | <b>Presentase</b> |
|-----------------|-------------------------|-------------------|
| Dosen UII       | 44                      | 44%               |
| Karyawan UII    | 56                      | 56%               |
| <b>Total</b>    | <b>100</b>              | <b>100%</b>       |

**Sumber :** Data primer diolah 2022

Berdasarkan dari data tabel diatas, dapat dilihat bahwa responden pada penelitian ini dosen Universitas Islam Indonesia sebanyak 44 responden dengan presentase 44% dan responden karyawan Universitas Islam Indonesia sebanyak 56 responden dengan presentase 56%. Maka dapat disimpulkan responden terbanyak dalam penelitian ini yaitu karyawan universitas islam indonesia.

#### d. Kriteria Responden Berdasarkan Masa Kerja

**Tabel 4. 4**  
**Responden Berdasarkan Masa Kerja**

| Kategori     | Jumlah Responden | Presentase  |
|--------------|------------------|-------------|
| 1-5 Tahun    | 33               | 33%         |
| 6-10 Tahun   | 22               | 22%         |
| 11-15 Tahun  | 15               | 15%         |
| 16-20 Tahun  | 7                | 7%          |
| >20 Tahun    | 23               | 23%         |
| <b>Total</b> | <b>100</b>       | <b>100%</b> |

**Sumber :** Data primer diolah 2022

Berdasarkan dari data tabel diatas, masa kerja yang telah di tempuh oleh dosen dan karyawan Universitas Islam Indonesia mayoritas masa kerjanya 1-5 tahun sebanyak 33 responden dengan presentase 33%, masa kerja 6-10 tahun sebanyak 22 responden dengan presentase 22%, masa kerja 11-15 tahun sebanyak 15 responden dengan presentase 15%, masa kerja 16-20 tahun sebanyak 7 responden dengan presentase 7%, dan masa kerja dosen dan karyawan UII paling lama >20 tahun sebanyak 23 responden dengan presentase 23%.

## 2. Statistika Deskriptif

Data yang telah terkumpul dari responden kemudian diolah menggunakan program SPSS versi 21, dengan memperoleh hasil sebagai berikut :

**Tabel 4. 5**  
**Analisis Deskrptif**

| Variabel     | N   | Minimum | Maksimum | Rata-Rata | Std. Deviasi |
|--------------|-----|---------|----------|-----------|--------------|
| Persepsi (X) | 100 | 18      | 50       | 36,82     | 7,539        |
| Minat (Y)    | 100 | 6       | 30       | 21,29     | 5,307        |

**Sumber :** Data primer diolah 2021



Untuk menentukan hasil penelitian maka data skor variabel yang diperoleh dikategorikan menjadi 3 yang terdiri dari tinggi, sedang, rendah. Pengkategorian dilakukan berdasarkan nilai rata-rata dan standar deviasi dengan rumus sebagai berikut :

- Kategori Rendah  $X < M - 1SD$
- Kategori Sedang  $M - 1SD \leq X < M + 1SD$
- Kategori Tinggi  $M + 1SD \leq X$

**Tabel 4. 6**  
**Perhitungan Kategori Tabel**

| Variabel     | Rumus  | Kategori |
|--------------|--|----------|
| Persepsi (X) | $X < M - 1SD$<br>$36,82 < 7,53 = 29,29$                                  | Rendah   |
|              | $M - 1SD \leq X < M + 1SD$<br>$29,29 \leq X < 44,35$<br>$29 \leq X < 44$ | Sedang   |
|              | $M + 1SD \leq X$<br>$36,82 + 7,53 = 44,35$<br>$44 \leq X$                | Tinggi   |
| Minat (Y)    | $X < M - 1SD$<br>$21,29 - 5,30 = 15,99$<br>$X < 16$                      | Rendah   |
|              | $M - 1SD \leq X < M + 1SD$<br>$15,99 \leq X < 26,59$<br>$16 \leq X < 26$ | Sedang   |
|              | $M + 1SD \leq X$<br>$21,29 + 5,30 = 26,59$<br>$26 \leq X$                | Tinggi   |

**Sumber :** Data primer yang diolah 2022

Hasil dari perhitungan diatas, maka akan diperoleh pengkategorian masing-masing variabel yaitu persepsi (X) dan Minat (Y). Berikut adalah hasil dari pengkategorian data:

**Tabel 4. 7**  
**Kategori Persepsi**

| <b>Kategori</b> | <b>Frekuensi</b> | <b>Presentase</b> |
|-----------------|------------------|-------------------|
| Rendah          | 13               | 13%               |
| Sedang          | 69               | 69%               |
| Tinggi          | 18               | 18%               |
| Total           | 100              | 100%              |

**Sumber :** Data primer yang diolah 2022

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa variabel persepsi dalam kategori rendah sebanyak 13%, kategori sedang sebesar 69%, dan kategori tinggi sebesar 18%.

**Tabel 4. 8**  
**Kategori Minat**

| <b>Kategori</b> | <b>Frekuensi</b> | <b>Presentase</b> |
|-----------------|------------------|-------------------|
| Rendah          | 14               | 14%               |
| Sedang          | 70               | 70%               |
| Tinggi          | 16               | 16%               |
| Total           | 100              | 100%              |

**Sumber :** Data primer yang diolah 2022

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa variabel minat dalam kategori rendah sebesar 14%, kategori sedang sebesar 70%, dan kategori tinggi sebesar 16%.

### 3. Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Normalitas

Uji Normalitas Kolmogrov Smirnov bertujuan untuk mengetahui apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak.

Model regresi yang baik apabila nilai residual memiliki distribusi normal. Dari hasil uji normalitas yang diperoleh menggunakan metode kolmogrov smirnov mendapatkan nilai *Asymp.Sig* dari uji normalitas sebesar 0,200 sehingga dapat disimpulkan bahwa residual pada penelitian ini terdistribusi normal, karena nilai *Asymp. Sig* (2-tailed) lebih besar dari taraf signifikansi 0,05 begitupun sebaliknya jika nilai *Asyp. Sig* kurang dari 0.05 maka data tidak normal. Berikut hasil uji normalitas

**Tabel 4. 9**  
**Hasil Uji Normalitas**

| N   | Asymp. Sig (2-Tailed) |
|-----|-----------------------|
| 100 | 0,200                 |

**Sumber :** Data primer diolah 2022

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan dengan melihat nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF) .Hasil dari uji multikolinearitas yang diperoleh sebagai berikut :

**Tabel 4. 10**  
**Hasil Uji Multikolinearitas**

| Variabel X | Nilai <i>Tolerance</i> | Nilai VIF |
|------------|------------------------|-----------|
| Persepsi   | 1,000                  | 1,000     |

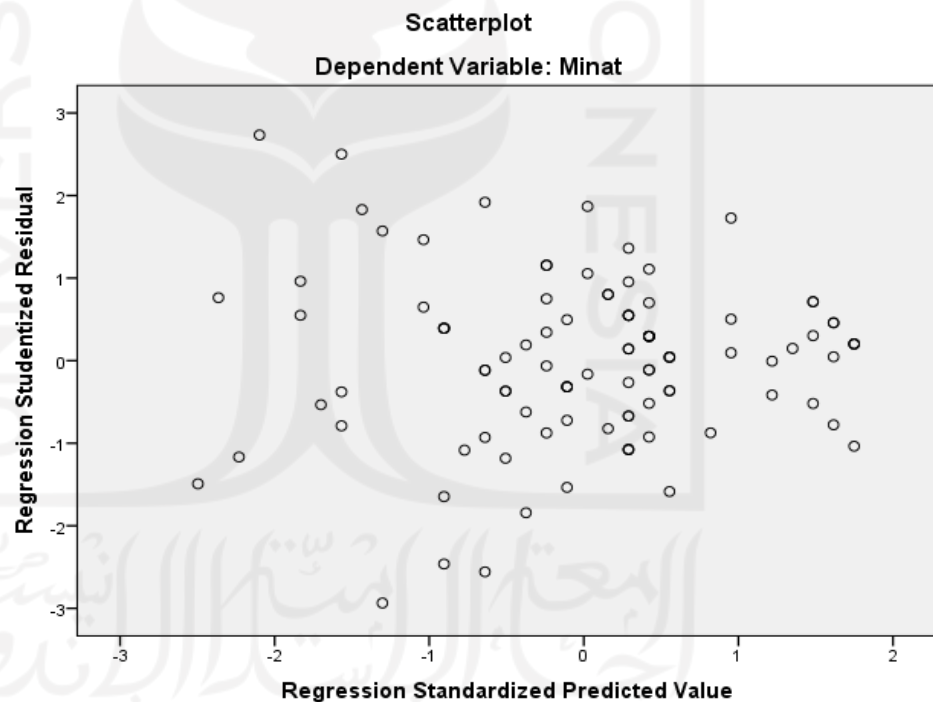
**Sumber :** Data primer diolah 2022

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai VIF pada variabel independen persepsi (X) nilainya adalah 1,000. Sesuai dengan ketentuan yang ada jika dilihat dari nilai VIF maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas karena nilainya lebih kecil dari 10,00.

c. Uji Heteroskedasitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ini terjadi ketidaksamaan varian dan residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak terjadi heterokedastisitas. Dalam penelitian ini penulis melakukan uji heteroskedastisitas menggunakan metode *Scatterplot* untuk memperoleh hasil visual dengan ketentuan apabila titik-titik data menyebar diatas atau dibawah 0 dan titik data tidak berpola. Berikut hasil uji heteroskedastisitas menggunakan *Scatterplot* :

**Gambar 4. 1**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas Scatterplot**



**Sumber :** Data primer yang diolah 2021

Berdasarkan gambar diatas, ddpapat dilihat bahwa titik-titik data menyebar secara acak serta tersebar baik diatas dan dibawah 0, maka dapat disimpulkan bahawa tidak terjadi heteroskedastisitas pada data ini.

Dalam menguji data menggunakan *Scatterplot* memiliki kelemahan yang cukup signifikan. Oleh karena itu diperlukan uji statistik yang lebih menjamin untuk mendapatkan hasil secara akurat, uji statistik yang digunakan adalah dengan uji *Rank Spearman* yaitu mengkorelasikan variabel independen terhadap nilai absolut dari residual hasil regresi. Jika probabilitas menunjukkan nilai lebih dari 0,05 maka dalam model regresi yang digunakan terjadi heteroskedastisitas atau tidak (Ghozali, 2011). Berikut hasil uji heteroskedastisitas menggunakan Rank Spearman:

**Tabel 4. 11**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**

| Variabel     | Sig   |
|--------------|-------|
| Persepsi (X) | 0,826 |

**Sumber :** Data primer yang diolah 2022

Berdasarkan tabel diatas, signifikansi variabel independen Persepsi (X) sebesar 0,86 sehingga dapat dikatakan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas karena nilai signifikansi lebih besar dari 0,05.

#### **d. Uji Linearitas**

Uji linearitas digunakan untuk mengetahui variabel yang digunakan memiliki hubungan yang linear atau tidak. Data yang baik adalah data yang memiliki hubungan linear antara variabel bebas dengan variabel terikat. Hasil uji linearitas yang diperoleh sebagai berikut :

**Tabel 4. 12**  
**Hasil Uji Linearitas**

| Variabel                                 | P Value | Kesimpulan |
|--|---------|------------|
| Persepsi Dosen dan Karyawan UII terhadap | 0,124   | Linear     |

|                                 |  |  |
|---------------------------------|--|--|
| Minat Menggunakan<br>Produk BMT |  |  |
|---------------------------------|--|--|

#### 4. Regresi Linear Sederhana

##### a. Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linear sederhana dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui persepsi dosen dan karyawan UII terhadap minat menggunakan produk BMT dengan model regresi linear sederhana. Hasil analisis regresi linear sederhana ini menggunakan SPSS 21 yang diperoleh sebagai berikut :

**Tabel 4. 13**  
**Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana**

| Variabel        | Koefisien (B) |
|-----------------|---------------|
| <i>Constant</i> | -1,673        |
| Persepsi (X)    | 0,624         |

**Sumber :** Data primer diolah 2022

Berdasarkan tabel diatas, dari koefisien B dihasilkan sebuah persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = -1,673 + 0,624X$$

Mengacu dari segi persamaan regresi diatas, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

- 1) Konstanta sebesar -1,673 menyatakan bahwa jika persepsi dosen dan karyawan UII (X) nilainya , maka minat menggunakan produk BMT sebesar 1,673
- 2) Koefisien regresi variabel independen persepsi dosen dan karyawan UII (X) dilihat dari B menunjukkan nilai yang positif sebesar 0,624. Hal ini menunjukkan bahwa dengan meningkatnya variabel persepsi (X) maka akan meningkatkan variabel Y sebesar 0,624.

##### b. Uji T

Uji t dilakukan untuk mengetahui apakah ada atau tidaknya pengaruh dari variabel independent terhadap variabel depedent dalam penelitian ini. Berikut hasil yang diperoleh dari uji t :

**Tabel 4. 14**  
**Hasil Uji t**

| Variabel | T      | Signifikansi | Standar Signifikansi |
|----------|--------|--------------|----------------------|
| Persepsi | 18,907 | 0,000        | 0,05                 |

**Sumber :** Data primer diolah 2022

Berdasarkan pada tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai signifikansi pada variabel persepsi yaitu  $0,000 < 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan produk BMT.

### c. Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui seberapa besar persentase variabel independen terhadap variabel depeden.

**Tabel 4. 15**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi**

| R     | R Square | Standar Error |
|-------|----------|---------------|
| 0,886 | 0,785    | 2,47438       |

**Sumber :** Data primer diolah 2022

Berdasarkan tabel diatas nilai yang diperoleh R-square sebesar 0,785 atau sebesar 78,5% arti dari nilai tersebut adalah adanya variasi pada persepsi dosen dan karyawan UII terhadap minat menggunakan produk BMT. Sedangkan sisanya ( $100\% - 78,5\% = 2,15\%$  ) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak di teliti pada penelitian ini.

## B. Pembahasan

Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data melalui kuisisioner yang telah disebar dan telah diuji terlebih dahulu menggunakan uji validitas dan uji reabilitas hal ini bertujuan untuk

mengetahui kuisisioner yang akan disebarakan layan atau tidak. Penelitian ini memperoleh 100 responden. Teknik yang digunakan dalam kuisisioner dengan skala likert untuk mengukur persepsi dosen dan karyawan UII tentang BMT. Uji validitas dalam penelitian menggunakan metode *Correlations* sedangkan uji reabilitas menggunakan *Alpha cronbach*. Hasil dari uji validitas dan uji reabilitas diolah menggunakan program SPSS 21. Kuisisioner pada variabel persepsi dan variabel minat menggunakan produk BMT memiliki 16 item pertanyaan tersebut dinyatakan valid serta reliabel.

Dari seluruh responden diatas secara tersirat dapat menggambarkan persepsi yang berbeda beda dari dosen dan karyawan uii terhadap minat menggunakan produk BMT. Hal ini juga sedikit banyaknya dipengaruhi oleh lingkungan sekitar karena sebelumnya sudah sering sekali mendengar baitul maal wat tamwil dari lingkungan sekitarnya.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuji dari setiap data responden yang diperoleh dinyatakan valid dan hasil uji t menunjukan adanya nilai yang positif dan signifikan terhadap minat menggunakan produk BMT yaitu sebesar  $t_{hitung} 18,907 > t_{tabel} 1,660$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak, hal ini membuktikan variabel persepsi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan produk BMT. Sedangkan berdasarkan hasil uji koefisien determinasi besarnya koefisien determinasi adalah 0,785 hal tersebut menunjukan bahwa 78,5% variabel minat menggunakan produk BMT dipengaruhi oleh persepsi. Sedangkan sisanya (100% - 78,5%) adalah 21,5% dipengaruhi oleh variabel lain.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Fadhlán, Fatahuddin dan Damri (2020) yang menyatakan bahwa persepsi memiliki dampak yang positif dan berpengaruh secara signifikan terhadap minat masyarakat sehingga dalam penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa jika persepsi masyarakat terhadap BMT semakin baik maka minat masyarakat akan meningkat. Sebaliknya jika persepsi masyarakat terhadap BMT buruk maka minat masyarakat juga akan menurun.



Penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Silvia Miftakhur Rakhmah dan Sri Wahyuni (2016) dalam hasil penelitiannya menyatakan bahwa adanya nilai yang signifikan pada pengaruh persepsi terhadap minat. Konsumen akan melakukan keputusan pembelian produk yang hendak dibeli berdasarkan persepsi individu terhadap produk-produk tersebut yang berkaitan dengan kemampuan produk tersebut dalam memenuhi kebutuhannya. Jika semakin tinggi persepsi konsumen terhadap nilai suatu produk, maka minat untuk melakukan pembelian terhadap suatu produk tersebut juga akan semakin tinggi. Sama halnya dengan masyarakat yang memiliki berbagai persepsi pada BMT, mereka akan menggali informasi yang berkaitan dengan produk yang dibutuhkan. Sehingga informasi yang telah diperoleh mempunyai segi positif yang akan menimbulkan masyarakat untuk memiliki suatu keinginan untuk menggunakan produk yang ada di BMT.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan dalam penelitian ini, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa persepsi dosen dan karyawan UII berpengaruh terhadap minat menggunakan produk BMT. Dari hasil statistik dengan mengolah data dengan memperoleh nilai  $R^2$  sebesar 0,785 hal ini dapat diartikan bahwa 78,5% minat dosen dan karyawan UII menggunakan produk BMT, sedangkan sisanya (100% - 78,5%) adalah 21,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Sehingga dapat diartikan bahwa persepsi merupakan salah satu yang mempengaruhi minat menggunakan produk BMT dengan tingkat pengaruh variabel yang kuat. Dari hasil tersebut maka hipotesis  $H_0$  ditolak dan hipotesis  $H_a$  diterima, artinya bahwa ada pengaruh antara persepsi terhadap minat menggunakan produk BMT

#### **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang dilakukan, maka saran yang dapat direkomendasikan sebagai berikut :

1. Bagi Penelitian Selanjutnya
  - a. Variabel yang digunakan pada penelitian ini yaitu persepsi. Sehingga untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat melakukan pengujian pada variabel lain atau faktor lain yang berhubungan dengan minat menggunakan produk BMT. Misalnya, kualitas pelayanan. Sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih luas mengenai faktor apa saja yang dapat mempengaruhi minat menggunakan produk BMT.

b. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan juga dapat menambahkan jumlah responden lebih banyak guna memperoleh data bervariasi sehingga lebih akurat.

2. Bagi BMT

Pada penelitian yang telah dilakukan sudah diketahui bahwa minat menggunakan produk BMT dipengaruhi oleh persepsi dosen dan karyawan UII. Maka sebaiknya BMT dapat meningkatkan lagi sumber daya manusia sehingga mampu memberikan informasi dan kepercayaan kepada masyarakat luas untuk menggunakan produk BMT.

### C. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki keterbatasan yang dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi peneliti selanjutnya agar mendapatkan hasil penelitian yang lebih baik lagi. Keterbatasan tersebut antara lain:

1. Penelitian ini hanya menggunakan satu variabel independen yang mempengaruhi minat menggunakan produk BMT yaitu persepsi. Masih terdapat variabel independen lain yang mampu menjelaskan dan memiliki pengaruh terhadap variabel minat.
2. Masih terdapat keterbatasan penelitian ini dalam pembuatan kuisioner pada profile responden dan tidak mencantumkan apakah responden telah menggunakan produk BMT atau belum menggunakan produk BMT.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abbas, K., & Shirazi, N. (2015). The key players' perception on the role of Islamic microfinance in poverty alleviation: The case of Pakistan. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 6(2), 244–267.  
<https://doi.org/10.1108/JIABR-06-2013-0017>
- Adnan, M. A., & Ajija, S. R. (2015). The effectiveness of baitul maal wat tamwil in reducing poverty the case of Indonesian Islamic microfinance institution. *Humanomics*, 31(2), 160–182. <https://doi.org/10.1108/H-03-2012-0003>
- Akdon, & Ridwan. (2013). *Rumus dan Data dalam Aplikasi Statistika*. Alfabeta.
- Amri, M., & Maryono. (2021). Pengaruh Persepsi Tentang Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) dan Pengetahuan Produk Terhadap Preferensi Anggota Memilih Pembiayaan Murabahah di BMT Bina Ihsanul Fikri (BIF) Kota Yogyakarta Tahun 2019. *JMD*, 7, 83–108.
- Arikunto. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Fauzi, R. U. A., Ahmad, A., Niam, Z. B., Idris, I., & Ningrum, I. I. P. (2022). The Effect of Religiosity, Profit Loss And Sharing on Consumer Trust and Intention to Financing in Islamic Bank. *Li Falah: Jurnal Studi Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 6(2), 21. <https://doi.org/10.31332/lifalah.v6i2.3211>
- Ferdinand, A. T. (2002). *Pengembangan Minat Beli Merek Ekstensi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hamdani, Y., & Syatiri, A. (2016). Pengaruh Persepsi dan Minat Terhadap Keberadaan Baitul Mal Wattamwil (BMT) di Kota Palembang. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Sriwijaya*, 14(3), 395–406.
- Hidayat, S. (2018). Persepsi Masyarakat Terhadap Baitul Maal Wat Tamwil (Bmt)

- Dalam Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat. *Al-Uqud : Journal of Islamic Economics*, 2(2), 198. <https://doi.org/10.26740/al-uqud.v2n2.p198-212>
- Ifita, K., & Canggih, C. (2021). the Influence of Sharia Financial Literacy, Religiosity, and Perception of Saving Students' Interest in Sharia Banks. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IJJSE)*, 3(2), 113–134. <https://doi.org/10.31538/ijse.v3i2.1010>
- Imran, I., & Hendrawan, B. (2018). Pengaruh Persepsi Masyarakat Batam Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menggunakan Produk Bank Syariah. *Journal of Applied Business Administration*, 1(2), 209–218. <https://doi.org/10.30871/jaba.v1i2.621>
- Irwanuddin. (2017). Peranan BMT dalam Pemberdayaan Ekonomi Perempuan (Studi Kasus BMT Kelompok Usaha Bersama Sejahtera 036 Makassar). *JLAA MAISYIR : Jurnal Ekonomi Islam*, 57–80.
- Khursheed, A., Fatima, M., & Mustafa, F. (2021). Customers' Perceptions toward Islamic Banking in the Gulf Region. *Turkish Journal of Islamic Economics*, 8(1), 111–135. <https://doi.org/10.26414/a105>
- Kotler, & Keller. (2006). *Manajemen Pemasaran, Edisi 12 jilid 1*. PT Indeks.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- L.Oliver, R. (2010). *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer*.
- Listyana, R., & Hartono, Y. (2015). Persepsi dan Sikap Masyarakat Terhadap Penanggalan Jawa Dalam Penentuan Waktu Pernikahan (Studi Kasus Desa Jonggrang Kecamatan Barat Kabupaten Magetan Tahun 2013). *Jurnal Agasty*, 5(1), 224–233.
- Mahendra, Y. I., Muliya, S. A., & Fatmawati, D. (2021). Pengaruh Kepuasan dan Nilai Yang Dipersepsikan Nasabah Terhadap Minat Menggunakan Baitul Maal Wa Tamwil ( Bmt ) Dalam Persepsi Masyarakat. *An-Nisbah: Jurnal Perbankan Syariah*, 2, 177–188.

- Mashuri. (2016). Peran Baitul Maal Wa Tamwil (BMT) Dalam Upaya Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 5(2), 114–123.
- Masyithoh, N. D. (2014). Analisis Normatif Undang-Undang No.1 Tahun 2013 Tentang Lembaga Keuangan Mikro (LKM) Atas Status Badan Hukum dan Pengawasan Baitul Maal Wat Tamwil (Bmt). *Walisongo*, V(1), 17.
- Prastiwi, I. E. (2018). Pengaruh Persepsi Anggota pada Sharia Compliance , Komitmen Agama dan Atribut Produk Islam Terhadap Customer ' s Trust yang Berdampak pada Keputusan Menggunakan Jasa Lembaga Keuangan Syariah ( Studi Pada BMT Amanah Ummah Sukoharjo). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 4(01), 28–40.
- Rakhmah, S. M., & Wahyuni, S. (2016). Pengaruh Persepsi Mahasiswa Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menabung Di Perbankan Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2011 dan 2012 FKIP Universitas Jember). *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 75–86.
- Ridwan, M. (2004). *Manajemen Baitul Maal Wa Tamwil (BMT)*. UII Press.
- Risanty, R. D., & Sopiyan, A. (2017). Pembuatan Aplikasi Kuesioner Evaluasi Belajar Mengajar Menggunakan Bot Telegram Pada Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Jakarta (Ft-Umj) Dengan Metode Polling. *Seminar Nasional Sains Dan Teknologi, November*, 1–9.  
<https://jurnal.umj.ac.id/index.php/semnastek/article/view/2071/1712>
- Rivai, V. (2001). *Kepemimpinan dan Perilaku Organisasi*. PT Raja Grafindo Persada.
- Romdhoni, A. H., & Sari, D. R. (2018). Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Produk, dan Religiusitas terhadap Minat Nasabah untuk Menggunakan Produk Simpanan pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 4(02), 136.  
<https://doi.org/10.29040/jiei.v4i02.307>

- Santoso. (2009). *Panduan Lengkap Menguasai Statistik dengan SPSS 17*. Elex Media Kompetindo.
- Sari, S. P. (2020). Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 8(1), 147.  
<https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v8i1.4870>
- Shaleh, A. R., & Wahab, M. A. (2004). *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Prespektif Islam*. Prenada Media.
- Shubuhanda, F., Siregar, fatahuddin A., & Batubara, D. (2020). Pengaruh Persepsi terhadap Minat Memiih Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) Insani Padangsimpuan. *JISFIM : Journal of Islamic Social Finance Management*, 1, 44–61.
- Subakti, A. G., Tenironama, D., & Yuniarso, A. (2018). Analisis Persepsi Konsumen. *THE Journal : Tourism and Hospitality Essentials Journal*, 8(1), 31. <https://doi.org/10.17509/thej.v8i1.11687>
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan kombinasi*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suroso, & Suherman, E. (2017). Analisis Persepsi Masyarakat Terhadap Kualitas Pelayanan Lembaga Keuangan Mikro (Studi Anggota BMT Mardhatillah Berkah). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Kreatif*, 2.
- Syahriyal, S. (2019). Pengaruh Persepsi Nilai Dan Pengetahuan Masyarakat Terhadap Minat Menabung Serta Dampaknya Kepada Keputusan Menabung Pada Perbankan Syariah Di Banda Aceh. *Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam*, 4(1), 139–156.  
<https://doi.org/10.24815/jped.v4i1.10930>
- Walgito, B. (1981). *Pengantar Psikologi Umum*. Andi Offest.

Walgito, B. (2004). *Pengantar Psikologi Umum*. Andi Offset.

Yunus, J. L. (2009). *Manajemen Bank Syariah Mikro*. UIN Malang Press.

Zulkifli, Z., Hamzah, Z., & Hamzah, H. (2018). Analisa Permasalahan Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) melalui Pendekatan Analytical Network Process (ANP). *Al-Hikmah: Jurnal Agama Dan Ilmu Pengetahuan*, 13(1), 18–29.  
[https://doi.org/10.25299/al-hikmah:jaip.2016.vol13\(1\).1162](https://doi.org/10.25299/al-hikmah:jaip.2016.vol13(1).1162)





## DAFTAR LAMPIRAN

### Lampiran 1

#### ANGKET PENELITIAN

#### PENGARUH PERSEPSI DOSEN DAN KARYAWAN UII TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN PRODUK BMT

##### A. Pengantar

Assalamualaikum Wr.Wb

Saya Elvaretta Nabila Putri mahasiswi Ekonomi Islam, Universitas Islam Indonesia yang saat ini sedang melakukan penelitian tugas akhir. Untuk itu, saya membutuhkan responden dengan kriteria sebagai berikut:

1. Dosen Universitas Islam Indonesia
2. Karyawan Universitas Islam Indonesia

Saya memohon ketersediaan Bapak/Ibu, Saudara/I untuk meluangkan waktu dengan mengisi kuisioner ini. Kesediaan Bapak/Ibu, Saudara/I akan sangat membantu saya dalam menyelesaikan tugas akhir. Segala data yang Bapak/Ibu, Saudara/I isikan dijamin kerahasiaannya, dan hanya akan digunakan untuk kepentingan akademis semata.

Atas ketersediaannya, Bapak/Ibu, Saudara/I saya ucapkan terimakasih.

Wassalamualaikum Wr.Wb

## **B. Petunjuk Pengisian Kuisioner**

- a) Mohon dengan hormat kesediaan Bapak/Ibu, Saudara/I untuk menjawab seluruh pertanyaan yang disediakan
- b) Pilihlah jawaban yang sesuai dengan keadaan sesungguhnya
- c) Keterangan angka jawaban, yaitu:
  1. Sangat Tidak Setuju (STS)
  2. Tidak Setuju (TS)
  3. Netral (N)
  4. Setuju (S)
  5. Sangat Setuju (SS)

## **PENGARUH DOSEN DAN KARYAWAN UII TERHADAP MINAT MENGUNAKAN BAITUL MAAL WATAMWIL**

### **A. Identitas Responden**

Nama Lengkap :

Jenis Kelamin : 1. Laki-Laki  
2. Perempuan

Usia : 1. 20-30 tahun  
2. 31-40 tahun  
3. 41-50 tahun  
4. >50 tahun

Pekerjaan : 1. Dosen Universitas Islam Indonesia  
2. Karyawan Universitas Islam Indonesia

Masa Kerja : 1. 1-5 tahun  
2. 6-10 tahun  
3. 11-15 tahun  
4. 16-20 tahun

5. > 20 tahun

**B. Indikator Persepsi**

| No | Pertanyaan  | Jawaban                  |   |   |   |                    |
|----|---|--------------------------|---|---|---|--------------------|
|    |   | Sangat Tidak Setuju<br>1 | 2 | 3 | 4 | Sangat Setuju<br>5 |
| 1  | Informasi dan promosi produk yang dilakukan oleh Baitul Maal wat Tamwil (BMT) menarik saya untuk menggunakan produk BMT                 |                          |   |   |   |                    |
| 2  | Saya mendapat informasi dan saran yang baik untuk menggunakan produk Baitul Maal wat Tamwil (BMT) dari teman, keluarga, atau orang lain |                          |   |   |   |                    |
| 3  | Menurut saya sistem dan produk di Baitul Maal wat Tamwil (BMT) sudah sesuai dengan syariat islam  |                          |   |   |   |                    |
| 4  | Menurut saya transaksi di Baitul Maal wat Tamwil (BMT) dapat terhindar dari riba atau bunga   |                          |   |   |   |                    |
| 5  | Saya mengetahui akad-akad yang digunakan dalam semua produk Baitul Maal wat Tamwil (BMT) seperti Mudharabah, Musyarakah, dan            |                          |   |   |   |                    |

|    |  |  |  |  |  |  |
|----|--|--|--|--|--|--|
|    | lainnya  |  |  |  |  |  |
| 6  | Saya mengetahui selain produk pembiayaan, di Baitul Maal wat Tamwil (BMT) juga terdapat produk sosial seperti zakat, infaq, shadaqah     |  |  |  |  |  |
| 7  | Sistem operasional yang sesuai dengan syariat islam menjadi faktor utama saya menggunakan produk Baitul Maal wat Tamwil (BMT)            |  |  |  |  |  |
| 8  | Aktifitas operasional dan jenis produk yang ada di Baitul Maal wat Tamwil (BMT) berbeda dengan yang ada di lembaga keuangan konvensional |  |  |  |  |  |
| 9  | Menurut saya tingkat resiko pada produk Baitul Maal wat Tamwil (BMT) lebih rendah daripada lembaga konvensional                          |  |  |  |  |  |
| 10 | Menurut saya produk dan layanan Baitul Maal wat Tamwil (BMT) dapat digunakan oleh seluruh kalangan masyarakat                            |  |  |  |  |  |

### C. Indikator Minat

| No | Pertanyaan  | Jawaban                  |   |   |   |                    |
|----|---|--------------------------|---|---|---|--------------------|
|    |   | Sangat Tidak Setuju<br>1 | 2 | 3 | 4 | Sangat Setuju<br>5 |
| 1  | Saya tertarik menggunakan produk Baitul Maal wat Tamwil (BMT) karena keamanan dan kepercayaan terjaga             |                          |   |   |   |                    |
| 2  | Saya akan merekomendasikan keluarga saya untuk menggunakan produk Baitul Maal wat Tamwil (BMT)                    |                          |   |   |   |                    |
| 3  | Saya akan merekomendasikan teman saya untuk menggunakan produk Baitul Maal wat Tamwil (BMT)                       |                          |   |   |   |                    |
| 4  | Saya memilih produk Baitul Maal wat Tamwil (BMT) karena sesuai dengan kebutuhan saya                              |                          |   |   |   |                    |
| 5  | Saya akan lebih berminat menggunakan produk Baitul Maal wat Tamwil (BMT) dibandingkan dengan lembaga konvensional |                          |   |   |   |                    |

## Lampiran 2

| No | Persepsi (X) |    |    |    |    |    |    |    |    |     |     | Minat (Y) |    |    |    |    |    |     |
|----|--------------|----|----|----|----|----|----|----|----|-----|-----|-----------|----|----|----|----|----|-----|
|    | A1           | A2 | A3 | A4 | A5 | A6 | A7 | A8 | A9 | A10 | Jml | B1        | B2 | B3 | B4 | B5 | B6 | Jml |
| 1  | 2            | 2  | 3  | 2  | 2  | 4  | 2  | 3  | 3  | 2   | 25  | 2         | 3  | 2  | 2  | 2  | 2  | 13  |
| 2  | 2            | 2  | 3  | 2  | 5  | 5  | 3  | 4  | 1  | 2   | 29  | 2         | 3  | 3  | 3  | 4  | 5  | 20  |
| 3  | 4            | 2  | 4  | 4  | 3  | 4  | 4  | 3  | 3  | 4   | 35  | 3         | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 18  |
| 4  | 2            | 2  | 2  | 2  | 4  | 4  | 2  | 3  | 2  | 2   | 25  | 2         | 1  | 1  | 1  | 3  | 4  | 12  |
| 5  | 4            | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4   | 40  | 4         | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 24  |
| 6  | 3            | 3  | 3  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 2  | 3   | 34  | 5         | 3  | 3  | 3  | 2  | 2  | 18  |
| 7  | 3            | 4  | 4  | 4  | 4  | 5  | 5  | 3  | 2  | 4   | 38  | 3         | 3  | 3  | 3  | 4  | 4  | 20  |
| 8  | 4            | 4  | 5  | 3  | 4  | 5  | 4  | 4  | 3  | 4   | 40  | 3         | 3  | 4  | 5  | 4  | 4  | 23  |
| 9  | 1            | 3  | 3  | 3  | 1  | 1  | 2  | 3  | 3  | 3   | 23  | 3         | 3  | 3  | 2  | 2  | 2  | 15  |
| 10 | 2            | 3  | 3  | 3  | 4  | 2  | 4  | 4  | 2  | 4   | 31  | 3         | 2  | 2  | 4  | 2  | 2  | 15  |
| 11 | 4            | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 3  | 4   | 39  | 4         | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 24  |
| 12 | 4            | 3  | 4  | 4  | 4  | 5  | 5  | 4  | 4  | 4   | 41  | 4         | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 24  |
| 13 | 3            | 3  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4   | 38  | 4         | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 24  |
| 14 | 3            | 4  | 4  | 5  | 5  | 5  | 5  | 4  | 5  | 4   | 44  | 4         | 5  | 5  | 4  | 5  | 4  | 27  |
| 15 | 2            | 2  | 2  | 1  | 2  | 3  | 2  | 2  | 2  | 2   | 20  | 1         | 1  | 1  | 2  | 1  | 2  | 8   |
| 16 | 3            | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3   | 30  | 3         | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 18  |
| 17 | 4            | 2  | 4  | 4  | 4  | 4  | 5  | 5  | 4  | 5   | 41  | 3         | 3  | 3  | 4  | 4  | 3  | 20  |
| 18 | 3            | 3  | 4  | 5  | 5  | 4  | 4  | 4  | 4  | 3   | 39  | 3         | 3  | 3  | 3  | 5  | 3  | 20  |
| 19 | 4            | 4  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 3  | 5   | 46  | 4         | 4  | 4  | 5  | 5  | 4  | 26  |
| 20 | 5            | 4  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 3   | 47  | 5         | 5  | 5  | 5  | 5  | 3  | 28  |
| 21 | 3            | 2  | 3  | 3  | 4  | 4  | 3  | 4  | 4  | 5   | 35  | 3         | 3  | 3  | 3  | 5  | 5  | 22  |
| 22 | 1            | 1  | 3  | 4  | 3  | 4  | 3  | 3  | 1  | 4   | 27  | 1         | 1  | 1  | 1  | 3  | 1  | 8   |
| 23 | 2            | 4  | 4  | 5  | 5  | 2  | 3  | 3  | 2  | 5   | 35  | 3         | 3  | 3  | 4  | 5  | 5  | 23  |
| 24 | 2            | 3  | 4  | 3  | 5  | 5  | 4  | 5  | 1  | 5   | 37  | 2         | 5  | 5  | 3  | 5  | 4  | 24  |
| 25 | 5            | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 4  | 5   | 49  | 5         | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 30  |
| 26 | 3            | 4  | 3  | 3  | 3  | 4  | 3  | 5  | 4  | 4   | 36  | 3         | 3  | 3  | 3  | 3  | 5  | 20  |
| 27 | 3            | 3  | 4  | 4  | 3  | 4  | 5  | 3  | 3  | 5   | 37  | 3         | 4  | 4  | 3  | 4  | 3  | 21  |
| 28 | 1            | 1  | 3  | 3  | 1  | 1  | 1  | 3  | 3  | 4   | 21  | 3         | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 18  |
| 29 | 4            | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4   | 40  | 4         | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 24  |
| 30 | 5            | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5   | 50  | 4         | 4  | 4  | 5  | 5  | 5  | 27  |
| 31 | 3            | 3  | 3  | 4  | 3  | 3  | 3  | 3  | 4  | 3   | 32  | 3         | 3  | 4  | 5  | 4  | 4  | 23  |
| 32 | 2            | 2  | 2  | 4  | 4  | 4  | 4  | 5  | 2  | 5   | 34  | 2         | 2  | 2  | 1  | 4  | 4  | 15  |
| 33 | 4            | 4  | 4  | 4  | 3  | 4  | 3  | 4  | 3  | 3   | 36  | 3         | 3  | 2  | 3  | 3  | 3  | 17  |
| 34 | 2            | 2  | 3  | 4  | 4  | 4  | 5  | 4  | 4  | 4   | 36  | 4         | 3  | 3  | 4  | 4  | 4  | 22  |
| 35 | 2            | 3  | 3  | 4  | 3  | 3  | 3  | 4  | 3  | 5   | 33  | 2         | 2  | 2  | 2  | 3  | 5  | 16  |

|    |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |   |   |   |   |   |   |    |
|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|---|---|---|---|---|---|----|
| 36 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 30 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 37 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 2 | 39 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 24 |
| 38 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 40 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 22 |
| 39 | 2 | 5 | 4 | 2 | 4 | 5 | 5 | 3 | 2 | 4 | 36 | 3 | 3 | 3 | 4 | 2 | 5 | 20 |
| 40 | 1 | 1 | 3 | 3 | 1 | 3 | 1 | 1 | 1 | 3 | 18 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6  |
| 41 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 48 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| 42 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 30 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 43 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 33 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 44 | 3 | 3 | 3 | 3 | 1 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 24 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 12 |
| 45 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 26 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 19 |
| 46 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 39 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 20 |
| 47 | 4 | 4 | 2 | 2 | 4 | 4 | 4 | 2 | 2 | 4 | 32 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 12 |
| 48 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 3 | 32 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 18 |
| 49 | 1 | 1 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 1 | 25 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 20 |
| 50 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 32 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 51 | 1 | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 1 | 5 | 32 | 2 | 2 | 2 | 2 | 4 | 4 | 16 |
| 52 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 2 | 4 | 33 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 19 |
| 53 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 39 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 5 | 23 |
| 54 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 50 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| 55 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 39 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 21 |
| 56 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 35 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 21 |
| 57 | 3 | 1 | 1 | 1 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 27 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 19 |
| 58 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 48 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| 59 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 19 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 12 |
| 60 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 36 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 20 |
| 61 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 41 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 24 |
| 62 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 49 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 29 |
| 63 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 50 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| 64 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 49 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| 65 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 30 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 11 |
| 66 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 34 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 3 | 20 |
| 67 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 29 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 68 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 50 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| 69 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 40 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 23 |
| 70 | 4 | 2 | 3 | 4 | 2 | 4 | 5 | 3 | 3 | 5 | 35 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 23 |
| 71 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 44 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| 72 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 40 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 25 |
| 73 | 3 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 39 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 25 |
| 74 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 39 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 22 |

|     |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |   |   |   |   |   |   |    |
|-----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|---|---|---|---|---|---|----|
| 75  | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 3 | 5 | 39 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 5 | 20 |
| 76  | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 39 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 23 |
| 77  | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 40 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 26 |
| 78  | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 23 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 14 |
| 79  | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 3 | 3 | 4 | 35 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 20 |
| 80  | 2 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 3 | 3 | 4 | 33 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 18 |
| 81  | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 49 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 27 |
| 82  | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 39 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 21 |
| 83  | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 41 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 84  | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 46 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 27 |
| 85  | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 44 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 4 | 26 |
| 86  | 3 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 5 | 3 | 5 | 40 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 4 | 21 |
| 87  | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 48 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 27 |
| 88  | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 5 | 36 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 19 |
| 89  | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 5 | 41 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 23 |
| 90  | 2 | 2 | 4 | 5 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 30 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 13 |
| 91  | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 48 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 29 |
| 92  | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 5 | 41 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 23 |
| 93  | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 40 | 3 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 24 |
| 94  | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 39 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 24 |
| 95  | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 40 | 3 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 24 |
| 96  | 3 | 4 | 5 | 3 | 3 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 38 | 3 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 24 |
| 97  | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 37 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 26 |
| 98  | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 40 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 99  | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 2 | 5 | 39 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 26 |
| 100 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 43 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 23 |

الجامعة الإسلامية  
الاستاذ الدكتور







## 2. Hasil Uji Reabilitas

### a. Variabel Persepsi (X)

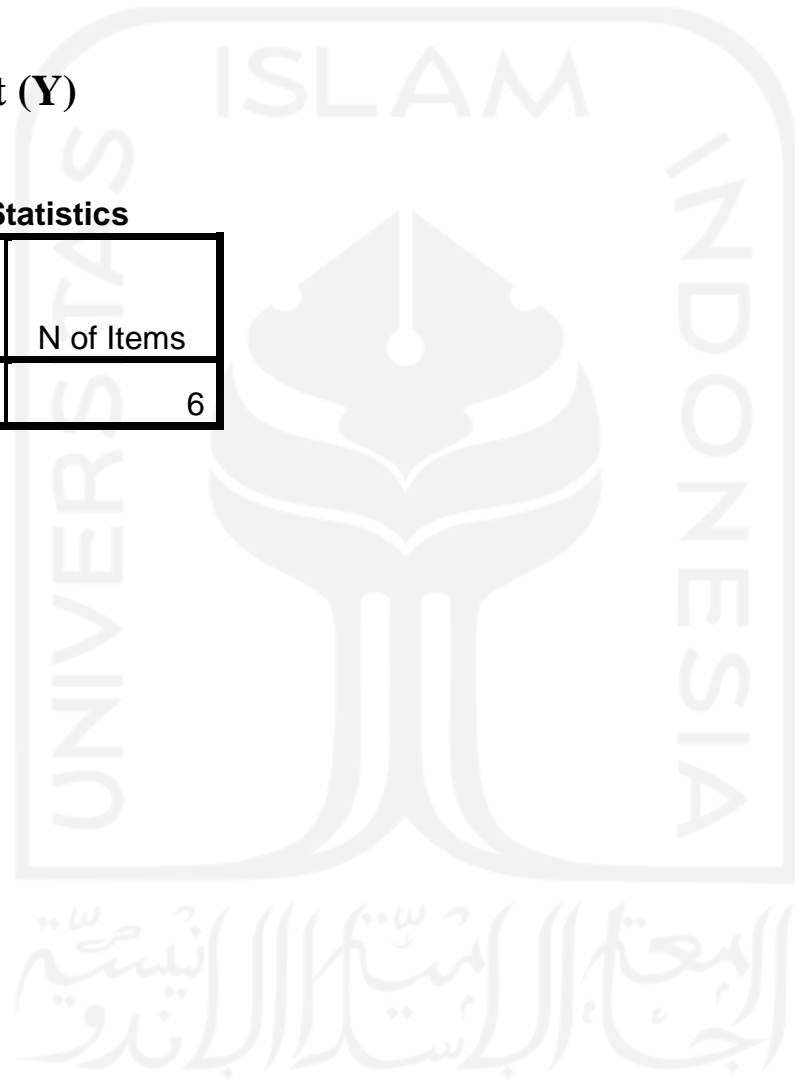
**Reliability Statistics**

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .920             | 10         |

### b. Variabel minat (Y)

**Reliability Statistics**

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .923             | 6          |



## Lampiran 4

### Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics

|                    | N   | Minimum | Maximum | Mean  | Std. Deviation |
|--------------------|-----|---------|---------|-------|----------------|
| Persepsi           | 100 | 18      | 50      | 36.82 | 7.539          |
| Minat              | 100 | 6       | 30      | 21.29 | 5.307          |
| Valid N (listwise) | 100 |         |         |       |                |



## Lampiran 5

### Uji Asumsi Klasik

#### 1. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

|                                  |                | Unstandardized Residual |
|----------------------------------|----------------|-------------------------|
| N                                |                | 100                     |
| Normal Parameters <sup>a,b</sup> | Mean           | .0000000                |
|                                  | Std. Deviation | 2.46184647              |
| Most Extreme Differences         | Absolute       | .062                    |
|                                  | Positive       | .062                    |
|                                  | Negative       | -.055                   |
| Test Statistic                   |                | .062                    |
| Asymp. Sig. (2-tailed)           |                | .200 <sup>c,d</sup>     |

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

#### 2. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients<sup>a</sup>

| Model |            | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t      | Sig. | Collinearity Statistics |     |
|-------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|-------------------------|-----|
|       |            | B                           | Std. Error | Beta                      |        |      | Tolerance               | VIF |
|       |            |                             |            |                           |        |      |                         |     |
| 1     | (Constant) | -1.673                      | 1.240      |                           | -1.350 | .180 |                         |     |
|       | Persepsi   | .624                        | .033       | .886                      | 18.907 | .000 | 1.000                   |     |

a. Dependent Variable: Minat

#### 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Correlations

|  | Unstandardized Residual | Persepsi |
|--|-------------------------|----------|
|  |                         |          |

#### 4. Hasil Uji Linearitas

ANOVA Table

|                  |                |                          | Sum of Squares | df    | Mean Square |
|------------------|----------------|--------------------------|----------------|-------|-------------|
| Minat * Persepsi | Between Groups | (Combined)               | 2398.580       | 28    | 85.664      |
|                  |                | Linearity                | 2188.582       | 1     | 2188.582    |
|                  |                | Deviation from Linearity | 209.999        | 27    | 7.778       |
| Within Groups    |                | 390.010                  | 71             | 5.493 |             |
| Total            |                | 2788.590                 | 99             |       |             |



## Lampiran 6

### Uji Linear Sederhana

Coefficients<sup>a</sup>

| Model |            | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t      | Sig. |
|-------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
|       |            | B                           | Std. Error | Beta                      |        |      |
| 1     | (Constant) | -1.673                      | 1.240      |                           | -1.350 | .180 |
|       | Persepsi   | .624                        | .033       | .886                      | 18.907 | .000 |

a. Dependent Variable: Minat

#### 1. Hasil Uji t Parsial

Coefficients<sup>a</sup>

| Model |            | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t      | Sig. |
|-------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
|       |            | B                           | Std. Error | Beta                      |        |      |
| 1     | (Constant) | -1.673                      | 1.240      |                           | -1.350 | .180 |
|       | Persepsi   | .624                        | .033       | .886                      | 18.907 | .000 |

a. Dependent Variable: Minat

#### 2. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Model Summary

| Model | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1     | .886 <sup>a</sup> | .785     | .783              | 2.47438                    |

a. Predictors: (Constant), Persepsi

## **RIWAYAT HIDUP**

Penulis bernama Elvaretta Nabila Putri dilahirkan di Kuningan Jawa Barat, pada tanggal 9 Desember 2000 anak ke dua dari empat bersaudara. Penulis saat ini bertempat tinggal di Perum Kota Serang Baru, Cikarang, Jawa Barat. Menempuh pendidikan di TK Pelangi tahun 2005, pendidikan SD ditempuh di SD Islam Ath-Thayyibah pada tahun 2006-2012, pendidikan SMP ditempuh di SMP IT Yaspida Sukabumi pada tahun 2012-2015, pendidikan SMA ditempuh pada tahun 2015-2018. Pendidikan selanjutnya di Universitas Islam Indonesia jurusan Ekonomi Islam 2018 hingga sekarang. Selain duduk di bangku perkuliahan, penulis juga aktif ikut serta sebagai anggota organisasi HMJ FKEI dan berbagai kepanitiaan yang berada di kampus.

