

**PENGARUH PERSEPSI TENTANG PRODUK, IKLAN DAN
LOKASI TERHADAP MINAT MASYARAKAT
MENGUNAKAN JASA BANK SYARIAH**

(Survey di Bank Syariah Arjawinangun)

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Program Studi Perbankan Syariah
Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam

Oleh :

Nurul Aeni

NIM : 1608203154



**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI SYEKH NURJATI CIREBON**

2020

ABSTRAK

Nurul Aeni. NIM: 1608203154, “PENGARUH PERSEPSI TENTANG PRODUK, IKLAN DAN LOKASI TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN JASA BANK SYARIAH (Survey di Bank Syariah Arjawinangun)”, 2020.

Semakin banyaknya lembaga keuangan yang ada saat ini, maka bank syariah harus memiliki strategi yang tepat agar dapat menarik minat masyarakat dari semua kalangan. Dilatarbelakangi oleh beragamnya persepsi, sikap dan perilaku masyarakat terhadap bank syaria'ah yang berbeda akan berpengaruh terhadap pandangan masyarakat itu sendiri, sehingga bank syariah harus mempromosikannya dengan iklan. Lokasi juga menjadi salah satu yang mempengaruhi masyarakat dikarenakan kedekatan antar rumah masyarakat dengan lokasi bank. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Persepsi, Iklan dan Lokasi yang baik akan mempengaruhi minat masyarakat Desa Arjawinangun untuk menggunakan jasa bank syariah.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif, populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Desa Arjawinangun Kecamatan Arjawinangun Kabupaten Cirebon. Pengambilan sampel menggunakan *random sampling* dikarenakan agar memudahkan peneliti dalam pengambilan sampel. Sampel yang digunakan untuk penelitian ini berjumlah 100 responden. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda.

Berdasarkan hasil penelitian, hasil uji t masyarakat Desa Arjawinangun menunjukkan tidak terdapat pengaruh positif signifikan dari persepsi pengetahuan produk terhadap minat masyarakat menggunakan jasa bank syariah secara parsial dengan perolehan sebesar $t_{hitung} < t_{tabel}$, yaitu $1,298 < 1,66088$. Sedangkan iklan memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap minat masyarakat, perolehan iklan sebesar 2,483 yang berarti $t_{hitung} > t_{tabel}$, yaitu $2,483 > 1,66088$, nilai signifikan variabel iklan sebesar 0,015 hal ini berarti di bawah 0,05. Variabel lokasi mempunyai perolehan 2,996 dimana nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,996 > 1,66088$), dengan nilai signifikan $0,003 < 0,05$. Serta persepsi, iklan dan lokasi berpengaruh secara simultan terhadap minat masyarakat menggunakan jasa bank syariah dengan nilai $f_{hitung} 12,372 > f_{tabel} 2,70$.

Kata Kunci: Persepsi, Iklan, Lokasi, Minat Masyarakat.

ABSTRACT

Nurul Aeni. NIM: 1608203154, "THE INFLUENCE OF PERCEPTIONS ABOUT THE PRODUCT, ADVERTISING AND LOCATION ON THE INTEREST OF USING SYARIAH BANK SERVICES (Survey at Arjawinangun Syariah Bank)", 2020.

The increasing number of financial institutions that exist today, Islamic banks must have the right strategy in order to attract the interest of the public from all walks of life. It is motivated by the diverse perceptions, attitudes and behavior of the people towards different syari'ah banks which will affect the views of the community itself, so that Islamic banks must promote it with advertisements. Location is also one that influences the community due to the proximity between the community's house and the bank's location. The purpose of this study was to determine how much influence a good Perception, Advertising and Location will affect the interest of the people of Arjawinangun Village to use Islamic banking services.

The method used in this research is quantitative method, the population in this study is the people of Arjawinangun Village, Arjawinangun District, Cirebon Regency. Sampling using random sampling because it makes it easier for researchers to take samples. The sample used for this study amounted to 100 respondents. The analysis technique used is multiple linear regression.

Based on the results of the research, the results of the t test for the people of Arjawinangun Village showed that there was no significant positive effect of the perception of product knowledge on the public interest in using Islamic banking services partially with a gain of $t_{count} < t_{table}$, namely $1.298 < 1.66088$. While advertising has a significant positive effect on public interest, the acquisition of advertisements is 2.483 which means $t_{count} > t_{table}$, namely $2.483 > 1.66088$, the significant value of advertising variable is 0.015, this means that it is below 0.05. The location variable has a gain of 2.996 where the value of $t_{count} > t_{table}$ ($2.996 > 1.66088$), with a significant value of 0.003 < 0.05 . As well as perception, advertisement and location simultaneously influence the public's interest in using Islamic banking services with a value of $12.372 > 2.70$.

Keywords: Perception, Advertising, Location, Public Interest.

المُلخَص

تأثير التصورات حول المنتج والإعلان والموقع " ، ٢٠٢٨ ، ٥١٣ : نيم. نور العيني
" (أرجوينانغون الشريعة على الفائدة من استخدام خدمات البنك السوري (مسح في بنك
٠٢٠٢٠.

مع تزايد عدد المؤسسات المالية الموجودة اليوم ، يجب أن يكون لدى البنوك الإسلامية الإستراتيجية الصحيحة من أجل جذب الاهتمام العام من جميع مناحي الحياة. سيؤثر تنوع التصورات والمواقف وسلوك الناس تجاه البنوك الشرعية المختلفة على آراء المجتمع نفسه ، لذا يجب على البنوك الإسلامية الترويج لها بالإعلانات. الموقع هو أيضا أحد المواقع التي تؤثر على المجتمع بسبب القرب بين منزل المجتمع وموقع البنك كان الغرض من هذه الدراسة هو في رجوينانغون تحديد مدى تأثير التصور الجيد والإعلان والموقع على اهتمام مجتمع قرية استخدام الخدمات المصرفية الإسلامية. الطريقة المستخدمة في هذا البحث هي الطريقة الكمية ، أرجوينانغونز سيريون ، مقاطعة أرجوينانغون ، والسكان في هذه الدراسة هم سكان قرية أخذ العينات باستخدام أخذ العينات العشوائية. وبلغت العينة المستخدمة في هذه ريجن بناءً على نتائج الدراسة ٠٠١. مستجيب. أسلوب التحليل المستخدم هو الانحدار الخطي المتعدد لسكان قرية أرجاوينانغون أنه لا يوجد تأثير إيجابي معنوي t الدراسة ، أظهرت نتائج اختبار لتصور المعرفة بالمنتج على المصلحة العامة في استخدام الخدمات المصرفية الإسلامية جزئياً للإعلان تأثير إيجابي في حين أن $1.880.66.1 < 1.892.1$ ، أي. الجدول < ر الدعم زيادة ر > ر العدد ، مما يعني أن 2.384 كبير على المصلحة العامة ، فإن عائدات الإعلانات تبلغ ٠ ، وهذا ١. ، والقيمة المهمة لمتغير الإعلان هي $1.880.66.51 < 2. >$ ، أي 384 الجدول ر > ر العدد ٢ حيث تكون قيمة ٠. متغير الموقع له ربح قدره 50.699 يعني أنها أقل من بالإضافة إلى الإدراك ، $50.0. <$ ، بقيمة معنوية 300 ($1.880.66.1 > 2.699$) الجدول يؤثر الإعلان والموقع في نفس الوقت على مصلحة الجمهور في استخدام الخدمات المصرفية

الكلمات المفتاحية: التصور ، الإعلان ، الموقع ، المصلحة العامة

PERSETUJUAN PEMBIMBING

SKRIPSI

**PENGARUH PERSEPSI TENTANG PRODUK, IKLAN DAN LOKASI
TERHADAP MINAT MASYARAKAT MENGGUNAKAN JASA BANK
SYARIAH**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Pada Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Syariah Dan Ekonomi Islam (FSEI)
Oleh:

Nurul Aeni
NIM. 1608203154

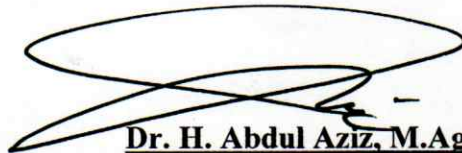
Pembimbing:

Pembimbing I,



Nining Wahyuningsih, SE., MM
NIP. 19730930 200710 2 001

Pembimbing II,



Dr. H. Abdul Aziz, M.Ag
NIP. 19730526 200501 1 004

Mengetahui,
Ketua Jurusan Perbankan Syariah



Eef Saefulloh, M.Ag
NIP. 19760312 200312 1 003

NOTA DINAS

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Syari'ah dan Ekonomi Islam

IAIN Syekh Nurjati Cirebon

Di

Cirebon

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah melakukan bimbingan, arahan dan korelasi terhadap penulisan skripsi saudara/I **Nurul Aeni, NIM: 1608203154** dengan judul **"PENGARUH PERSEPSI TENTANG PRODUK, IKLAN DAN LOKASI TERHADAP MINAT MASYARAKAT MENGGUNAKAN JASA BANK SYARIAH"**.

Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut di atas sudah dapat diajukan pada jurusan Perbankan Syariah Fakultas Syari'ah dan Ekonomi Islam (FSEI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Cirebon untuk di munaqosyahkan.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Pembimbing:

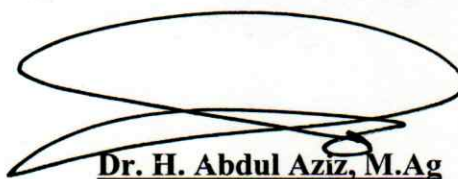
Pembimbing I,



Nining Wahyuningsih, SE., MM

NIP. 19730930 200710 2 001

Pembimbing II,



Dr. H. Abdul Aziz, M.Ag

NIP. 19730526 200501 1 004

Mengetahui,

Sekretaris



Dr. Hj. Dewi Fatmasari, M. Si

NIP. 19730107 200901 2 001

Ketua Jurusan



Eef Saefulloh, M.Ag

NIP. 19760312 200312 1 003

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul: **"PENGARUH PERSEPSI TENTANG PRODUK, IKLAN DAN LOKASI TERHADAP MINAT MASYARAKAT MENGGUNAKAN JASA BANK SYARIAH** oleh Nurul Aeni, NIM: **1608203154**, telah diajukan dalam sidang Munaqasyah Institut Agama Islam (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon pada tanggal 29 September 2020.

Skripsi telah diterima sebagai salah satu syarat mendapat gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada jurusan Perbankan Syariah Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam (FSEI) pada Institut Agama Islam (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon.

Sidang Munaqasyah,

Ketua Sidang,



Eef Saefulloh, M.Ag
NIP. 19760312 200312 1 003

Sekretaris Sidang,



Dr. Hj. Dewi Fatmasari, M. Si
NIP. 19730107 200901 2 001

Penguji I,



Dr. H. Ayus A Yusuf, M. Si
NIP. 19710801 200003 1 002

Penguji II,



Leliya, MH
NIP. 19731228 200710 2 003

PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI

Bismillahirrahmanirrahim

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nurul Aeni

NIM : 1608203154

Tempat, Tanggal lahir : Cirebon, 11 April 1998

Alamat : Desa Kedondong Blok. Ringgit RT/RW. 002/005
Kec. Susukan Kab. Cirebon.

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul **“PENGARUH PERSEPSI TENTANG PRODUK, IKLAN DAN LOKASI TERHADAP MINAT MASYARAKAT MENGGUNAKAN JASA BANK SYARIAH”** ini beserta isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Seluruh ide, pendapat atau materi dari sumber lain telah dikutip dengan cara penulisan referensi yang sesuai.

Atas pernyataan ini, saya menanggung resiko atau sanksi apapun yang dijatuhkan kepada saya sesuai dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari telah ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan atau klaim terhadap keaslian karya saya ini.

Cirebon, 27 Juli 2020

Saya yang menyatakan



Nurul Aeni

NIM. 1608203154

KATA PERSEMBAHAN

Yang utama dari segalanya

Sembah sujud serta syukur kepada Allah SWT

Limpahan kasih sayang-Mu telah memberikanku kekuatan, membekaliku dengan ilmu serta memperkenalkanku dengan arti dari sebuah perjuangan.

Atas karunia dan kemudahan yang Engkau berikan, akhirnya skripsi yang sederhana ini dapat terselesaikan.

Shalawat serta salam selalu terlimpahkan keharibaan

Rasulullah Muhammad SAW Alhamdulillah wa syukurilah

kupersembahkan karya ini untuk:

Emak dan Bapak yang telah memberikan kasih sayang, segala dukungan, serta cinta kasih yang tiada terhingga yang tidak dapat mungkin ku balas hanya dengan selembar kertas yang bertuliskan kata cinta dan persembahan.

Semoga ini menjadi langkah awal agar Emak dan Bapak bahagia, karena aku sadar selama ini belum bisa berbuat yang lebih, untuk emak dan bapak yang selalu membuatku termotivasi dan selalu memberikan kasih sayang, selalu mendo"akanku, dan selalu memberikan nasehat agar menjadikanku lebih baik, Terimakasih emak.... Terimakasih bapak....

Teman-temanku khususnya Perbankan Syariah D angkatan 2016 yang selalu mendukung dan saling memberikan semangat dalam keadaan yang tidak baik, sehingga aku mampu mengerti arti support yang dapat membangkitkan semangat. Terakhir, dengan segala kerendahan hati, ku ucapkan terimakasih kepada semua yang sudah memberikan doa terbaiknya kepada peneliti, semoga Allah SWT senantiasa mengabulkan doa kita semua. āmīn ya rabbal 'alaminnn

RIWAYAT HIDUP



Penulis dilahirkan di Kabupaten Cirebon, tanggal 11 April 1998. Dengan penuh kasih sayang penulis dibesarkan dengan diberi nama Nurul Aeni. Penulis adalah anak kedua dari dua bersaudara dari pasangan ibu Upiyah dengan Bapak Kusnadi.

Jenjang Pendidikan yang pernah ditempuh adalah:

TKA Jagat Raya : 2004

SD Islam YAKPI : 2004 – 2010

SMP Negeri 1 Ciwaringin : 2010 – 2013

MAN Babakan Ciwaringin : 2013 - 2016

Penulis mengikuti program S-1 pada fakultas Syari'ah dan Ekonomi Islam Program Studi Perbankan Syari'ah dan mengambil judul skripsi “PENGARUH PERSEPSI TENTANG PRODUK, IKLAN DAN LOKASI TERHADAP MINAT MASYARAKAT MENGGUNAKAN JASA BANK SYARIAH” dibawah bimbingan ibu Nining Wahyuningsing, SE., MM dan Dr. H. Abdul Aziz, M.Ag.

MOTTO

Yakin tujuan tercapai.

Jangan melihat suksesnya orang lain,

Namun harus pandai bersyukur dengan apa yang ada dan terus berusaha.

"Dan janganlah kamu iri hati terhadap apa yang dikaruniakan Allah kepada sebahagian kamu lebih banyak dari sebahagian yang lain. (Karena) bagi orang laki-laki ada bahagian dari pada apa yang mereka usahakan, dan bagi para wanita (pun) ada bahagian dari apa yang mereka usahakan, dan mohonlah kepada Allah sebagian dari karunia-Nya. Sesungguhnya Allah Maha Mengetahui segala sesuatu." (QS. An Nisa :32)



KATA PENGANTAR



الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ وَآلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ
أَمَّا بَعْدُ

Puji Syukur Alhamdulillah peneliti panjatkan kepada Allah SWT yang melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Tak lupa shalawat serta salam kami panjatkan kepada nabi besar kita nabi Muhammad SAW, keluarga, sahabat, tabi'in, dan umatnya sampai akhir zaman.

Skripsi yang berjudul **“Pengaruh Persepsi Tentang Produk, Iklan dan Lokasi Terhadap Minat Menggunakan Jasa Bank Syariah”** telah diselesaikan oleh peneliti. Skripsi ini merupakan salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S1) pada Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam.

Dalam penulisan skripsi ini penulis menyadari bahwa skripsi ini hanya dapat terselesaikan berkat pertolongan Allah SWT, serta bimbingan, bantuan dorongan dan nasehat dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ucapkan terimakasih dan penghargaan sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. H. Sumanta, M. Ag, selaku rektor IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Bapak Dr. H. Aan Jaelani, M. Ag, Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
3. Bapak Eef Saefulloh, M. Ag, selaku ketua Jurusan Perbankan Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon.
4. Ibu Fatmasari, M. Si, selaku sekretaris Jurusan Perbankan Syariah Institut Agama slam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon.
5. Dr. Layaman, SE, M.Si, selaku dosen pembimbing akademik terimakasih atas bimbingan dan motivasinya selama penulis melangsungkan studinya.

6. Ibu Nining Wahyuningsih, SE., MM, selaku dosen pembimbing skripsi I terimakasih atas bimbingan dan motivasinya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
7. Dr. H. Abdul Aziz, M. Ag, selaku dosen pembimbing skripsi II terimakasih atas bimbingan dan motivasinya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
8. Segenap dosen Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam (FSEI) yang telah berbagi ilmu dan menjadi tauladan bagi mahasiswa.
9. Segenap staf Jurusan Perbankan Syariah yang telah membantu dalam proses administrasi.
10. Seluruh keluarga besar, khususnya orang tua dan kakak-kakak yang selalu senantiasa memberikan perhatian penuh kepada penulis baik materiil maupun moril.
11. Orang-orang terkasih, Ibnu Aqil, Nur Nubuah Ratnasari, Syarifah Ulfiana R, Wiwin Fitriyani, Indah Ratnasari, Latifah, Hindun Se. Ika Yelistia dan seluruh keluarga besar anak PS D.

Penulis hanya dapat mengucapkan terimakasih, serta berdo'a atas segala motivasi dan dukungannya, semoga Allah SWT melipat gandakan pahala kebaikan yang telah terjadi. Aamiin. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa masih banyak terdapat kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, sangat diharapkan kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi kita semua. Amin, Jazakumullahu khairon, Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Cirebon, 27 Juli 2020

Penyusun

Nurul Aeni

NIM. 1608203154

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
المخلص	iii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iv
NOTA DINAS	v
LEMBAR PENGESAHAN	vi
PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI	vii
KATA PERSEMBAHAN	viii
RIWAYAT HIDUP	ix
MOTTO	x
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
PEDOMAN TRANSLITERASI	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	8
C. Batasan Masalah	8
D. Rumusan Masalah	9
E. Tujuan Penelitian	9
F. Manfaat Penelitian.	9
G. Sistematika Penulisan	10

BAB II KAJIAN PUSTAKA	12
A. Landasan Teori.....	12
1. Persepsi Tentang Produk.....	12
2. Iklan.....	19
3. Lokasi.....	25
4. Minat	30
B. Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	33
C. Kerangka Pemikiran.....	42
D. Hipotesis.....	44
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	46
A. Jenis Penelitian.....	46
B. Tempat dan Waktu Penelitian	46
a. Tempat Penelitian.....	46
b. Waktu Penelitian.....	46
C. Populasi dan Sampel	46
a. Populasi	46
b. Sampel.....	46
D. Data dan Sumber Data	47
E. Metode Pengumpulan Data	48
F. Definisi Operasional	48
G. Instrumen Penelitian	48
H. Teknik Analisis Data.....	50
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	56
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	56
a. Sejarah Singkat Desa Arjawinangun	56
b. Profil dan Kondisi Geografis & Demografis Desa Arjawinangun ..	57

c. Mata Pencapaian Masyarakat Desa Arjawinangun.....	58
B. Gambaran Umum Responden	58
C. Deskripsi Variabel.....	60
D. Uji Instrumen	71
a. Uji Validitas	71
b. Uji Reliabilitas	73
E. Uji Asumsi Klasik	74
a. Uji Normalitas	74
b. Uji Multikolinieritas.....	77
c. Uji Heteroskedastisitas	78
F. Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	79
G. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	81
H. Uji Hipotesis	82
a. Uji Parsial (t).....	82
b. Uji Simultan (Uji F).....	83
I. Pembahasan Hasil Penelitian.....	84
BAB V PENUTUP.....	87
A. Kesimpulan	87
B. Saran.....	88
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tabel Pembiayaan Berdasarkan Jenis Penggunaan dan Kategori Usaha – Bank Umum Syariah	2
Tabel 1.2 Laporan Registrasi Penduduk Berdasarkan Kelompok Umur Desa Arjawinangun	4
Tabel 1.3 Jumlah Penduduk yang Menjadi Nasabah Bank BRI Syariah KCP Arjawinangun	4
Tabel 2.1 Dimensi Iklan.....	23
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu yang Relevan	30
Tabel 3.1 Instrumen Penelitian	46
Tabel 3.2 Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha	48
Tabel 4.1 Mata Pencarian Masyarakat Desa Arjawinangun	55
Tabel 4.2 Distribusi Responden Menurut Usia	55
Tabel 4.3 Distribusi Responden Menurut Jenis Kelamin	56
Tabel 4.4 Distribusi Responden Menurut Pekerjaan	56
Tabel 4.5 Distribusi Responden Menurut Pendidikan	57
Tabel 4.6 Variabel Persepsi.....	58
Tabel 4.7 Variabel Iklan.....	60
Tabel 4.8 Variabel Lokasi.....	63
Tabel 4.9 Variabel Minat	65
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas (X_1), (X_2), (X_3), (Y)	68
Tabel 4.11 Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha	70
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas	71
Tabel 4.13 Hasil Uji Normalitas	72
Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolinieritas	75
Tabel 4.15 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	77

Tabel 4.16 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)78

Tabel 4.17 Hasil Uji Parsial (Uji t)79

Tabel 4.18 Hasil Uji Simultan (Uji F).....80



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Bagan Terjadinya Proses Persepsi.....	14
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	41
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas dengan Histogram	73
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas dengan Normal P-P Plot.....	74
Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Scater Plot	76



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner
- Lampiran 2 : Tabulasi Data Mentah
- Lampiran 3 : Uji Validitas dan Uji Reliabilitas
- Lampiran 4 : Uji Asumsi Klasik
1. Uji Normalitas
 2. Uji Multikolinieritas
 3. Uji Heteroskedastisitas
- Lampiran 5 : Uji Regresi Linear Berganda
- Lampiran 6 : Uji Koefisien Determinasi (Uji R^2)
- Lampiran 7 : Uji Parsial (t)
- Lampiran 8 : Uji Simultan (Uji F)
- Lampiran 9 : Surat Keterangan Penelitian



PEDOMAN TRANSLITERASI

A. Konsonan

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

Dibawah ini disajikan daftar huruf Arab dan transliterasinya dengan latin.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	Ṣ	Es (dengan titik diatas)
ج	Jim	J	Je
ح	ḥ a	ḥ	Ha (dengan titik dibawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Ẓ	Zet (dengan titik diatas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	Ṣ	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Ṣ a	Ṣ	Es (dengan titik dibawah)
ض	ḍ ad	ḍ	De (dengan titik dibawah)
ط	ṭ a	ṭ	Te (dengan titik dibawah)
ظ	ẓ a	ẓ	Zet (dengan titik dibawah)
ع	‘ain	–‘	koma terbalik (didas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha

ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	Ya	Y	Ya

B. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti bahasa Indonesia terdiri dari vokal tunggal atau *monoftong* dan vokal rangkal atau *difong*.

1. Vokal Tunggal

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

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ـَ	Fathah	A	A
ـِ	Kasrah	I	I
ـُ	Dammah	U	U

Contoh :

كَتَبَ = *kataba*

سُئِلَ = *su'ila*

حَسُنَا = *hasuna*

2. Tunggal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang labangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ـَيَ	fathah dan ya	Ai	a dan i
ـَوَ	fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh :

كَيْفَ = *kaifa*

قَوْلَ = *qaula*

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
يَا	fathah dan alif / ya	Ā	a dan garis atas
يِ	fathah dan ya	Ī	i dan garis atas
وُ	dammah dan wau	Ū	u dan garis atas

Contoh :

قَالَ سُبْحَانَكَ = qāla subhānaka

إِذْ قَالَ يُسُوفُ لِي أَبِي = iz qāla yūsufu li abihi

4. Ta Marbutah

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua :

a. Ta Marbutah Hidup

Ta Marbutah yang hidup atau mendapat *harakat fathah, kasrah, dan dammah*, transliterasinya adalah /t/.

b. Ta Marbutah Mati

Ta Marbutah yang mati atau mendapat *harakat sukun*, transliterasinya adalah /h/.

Kalau pada kata yang terakhir dengan *ta marbutah* diikuti oleh yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta marbutah* itu di transliterasikan dengan /h/.

Contoh :

رَاوْدَةُ الْأَطْفَالِ = raudah al-atfal atau raudatul atfal

طَلْحَةُ = talhah

5. Syaddah (Tasydid)

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

Contoh :

رَبَّنَا = rabbana

نُعَمَّ = nu' 'ima

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan ٱ. Namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* dan kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*.

a. Kata sandang yang diikuti huruf *syamsiah*

Kata sandang yang diikuti huruf *syamsiah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu :

Huruf-huruf *syamsiah* ada empat belas, yaitu :

1.	ت	T	8.	ش	sy
2.	ث	Ṭ	9.	ص	ṣ
3.	د	D	10.	ض	ḍ
4.	ذ	Ẓ	11.	ط	ṭ
5.	ر	R	12.	ظ	ẓ
6.	ز	Z	13.	ل	l
7.	س	S	14.	ن	n

Contoh :

ٱلْدَّهْرُ = ad-dahru ٱلشَّمْسُ = asy-syamsu
ٱلنَّمْلُ = an-namlu ٱلَّيْلُ = al-lailu

b. Kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*

Kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah* ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai juga dengan bunyinya.

Huruf-huruf *qamariah* ada empat belas, yaitu :

1.	ا	a, i, u	8.	ف	F
2.	ب	B	9.	ق	Q
3.	ج	J	10.	ك	K
4.	ح	ḥ	11.	م	M
5.	خ	Kh	12.	و	W
6.	ع	—'	13.	ه	H
7.	غ	G	14.	ي	Y

Contoh :

أَلْقَمَرُ = al-qamaru

أَلْفَقَرُ = al-faqrū

أَلْعَبُ = al-gaibu

أَلْعُنُ = al-‘ainu

7. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan dengan *apostrof*. Namun, hanya berlaku bagi hamzah yang terletak ditengah dan di akhir kata. Apabila terletak diawal kata, *hamzah* tidak dilambangkan karena dalam tulisan Arab berupa *alif*.

Contoh :

سَيِّئٌ = syai'ūn أُمِرْتُ = umirtu
إِنَّ = inna أَكَلَ = akala

8. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fill* (kata kerja), *isim* (kata benda), dan *haraf*, ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain, karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan, maka transliterasi ini penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya. Contoh :

إِبْرَاهِيمُ الْخَلِيلُ = ibrahim al Khalil atau Ibrahimul-Khalil
بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَرُؤْسُهَا = Bissmillahi majraha wa mursaha

9. Penulisan Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti berlaku dalam Ejaan Bahasa Indonesia yang Disempurnakan, antara lain huruf kapital digunakan untuk menulis huruf awal nama diri dan penulisan kalimat. Apabila nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandang. Contoh :

وَمَا مُحَمَّدٌ إِلَّا رَسُولٌ = Wa ma Muhammad illa rasul
الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ = Alhamdu lillahi rabbil-‘alamin

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

لِلّٰهِ الْأَمْرُ جَمِيعًا = *Lillahi al-amru jami'an*

وَاللّٰهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ = *Wallahu bi kulli syai'in 'alim*

10. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tidak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu, peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid. Untuk maksud ini pada Musyarakah Kerja Ulama Al-Quran tahun 1987/1988 dan tahun 1988/1989 telah dirumuskan konsep. Pedoman praktis tajwid Al-Quran ini sebagai pelengkap Transliterasi Arab-Latin.

