

**PENGARUH DIGITAL MARKETING INSTAGRAM DAN FINANCIAL
LITERACY TERHADAP MINAT MENABUNG PEDAGANG PGC PADA
PRODUK MUDHARABAH BSI CABANG CIREBON**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Pada Jurusan Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Oleh:

RIKA AMBAR JULIANI

NIM: 1908203099

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGRI (IAIN)

SYEKH NURJATI CIREBON

1443 H/2022

ABSTRAK

Rika Ambar Juliani Nim : 1908203099, “Pengaruh Digital Marketing dan Financial Literacy Terhadap Minat Menabung Pedagang PGC Pada Produk Mudharbah BSI Cabang Cirebon”,2023

Dalam industri yang saat ini semakin berkembang munculah konsep bisnis baru yaitu digital marketing. Perkembangan teknologi digital saat ini menjadi dorongan yang kuat dalam dunia perbankan. Digital marketing instagram dapat memberikan kemudahan dalam mempromosikan produk tabungan yang dimiliki Bank Syariah. Namun, saat ini masih banyak masyarakat yang belum memahami konsep Bank Syariah itu sendiri, sehingga mereka masih bingung untuk menentukan produk tabungan apa yang mereka butuhkan. Dengan adanya transformasi dukungan digital marketing instagram yang dilakukan BSI bersamaan dengan financial literacy pedagang diharapkan mampu untuk meningkatkan minat menabung.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh digital marketing instagram dan financial literacy terhadap minat menabung pedagang PGC pada produk easy mudharbah. Penelitian ini dilakukan dengan metode kuantitatif dan data berasal dari data primer dan data sekunder dengan sumber data berasal dari kuesioner. Populasi dalam penelitian ini berdasarkan data yang diberikan oleh pegawai kantor PGC PT Duta Mas saat ini terdapat 132 pedagang di PGC. Jumlah sampel dari penelitian ini adalah 100 responden menggunakan rumus slovin dengan standar error 5%. Teknik analisis yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu uji instrumen penelitian, uji asumsi klasik, uji analisis linear berganda, uji koefisien dterminasi, dan uji hipotesis.

Berdasarkan hasil penelitian, uji parsial (uji t) menunjukkan bahwa variabel Digital Marketing Instagram diperoleh nilai $t_{hitung} (2,227) > t_{tabel} (1,98447)$ dan $S_{hitung} (0,028) < 0,1$ yang artinya variabel digital marketing instagram memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung. variabel Financial Literacy diperoleh nilai $t_{hitung} (7,707) > t_{tabel} (1,98447)$ dan $S_{hitung} (0,000) < 0,1$ yang artinya variabel financial literacy memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung. Hasil uji simultan (uji f) menunjukkan nilai $F_{hitung} (56,717) > nilai F_{tabel} (3,09)$ dan nilai $S_{hitung} (0,000) < 0,1$ yang artinya dapat dinyatakan bahwa variabel digital marketing instagram dan financial literacy secara simultan mempengaruhi variabel minat menabung pedagang PGC pada produk easy mudharbah.

Kata Kunci : Digital Marketing Instagram, Financial Literacy, Minat Menabung

ABSTRACT

Rika Ambar Juliani Nim : 1908203099, "The Influence of Digital Marketing and Financial Literacy on the Interest in Saving of PGC Traders in Mudharbah Products BSI's Cirebon Branch", 2023

In an industry that is currently growing, a new business concept is emerging, namely digital marketing. The development of digital technology is currently a strong impetus in the banking world. Instagram digital marketing can provide convenience in promoting savings products owned by Islamic banks. However, currently there are still many people who do not understand the concept of Islamic banking itself, so they are still confused about what savings product they need. With the transformation of Instagram digital marketing support carried out by BSI together with the financial literacy of traders, it is expected to be able to increase the interest in saving.

This research was conducted to determine the effect of digital marketing Instagram and financial literacy on the interest in saving PGC traders on easy mudharbah products. This research was conducted using quantitative methods and data derived from primary data and secondary data with data sources derived from questionnaires. The population in this study is based on data provided by employees of the PT Duta Mas PGC office, currently there are 132 traders at PGC. The number of samples from this study was 100 respondents using the slovin formula with a standard error of 5%. The analysis techniques used in this study were the research instrument test, the classical assumption test, the multiple linear analysis test, the coefficient of determination test, and the hypothesis test.

Based on the results of the study, the partial test (t test) shows that the Digital Marketing Instagram variable obtained tcount (2.227) > ttable (1.98447) and Sigcount (0.028) < 0.1, which means that the digital marketing Instagram variable has a positive and significant influence on the intention to save. for the Financial Literacy variable, the value of tcount (7.707) > ttable (1.98447) and Sigcount (0.000) < 0.1 means that the financial literacy variable has a positive and significant influence on the intention to save. Simultaneous test results (f test) show Fcount value (56.717) > Ftable value (3.09) and Sigcount value (0.000) < 0.1 which means that it can be stated that the digital marketing instagram variable and financial literacy simultaneously affect the trader's intention to save PGC on easy mudharbah products.

Keywords: *Instagram Digital Marketing, Financial Literacy, Interest in Saving.*

تجريدي

الأممية ومحو الرقمي التسويق تأثير " ١٩٠٨٢٠٣٠٩٩: نيم جول ياني أمير ريكا ،
"السهولة المضاربة بمنجات بالجملة سيريد بون مركز متداولي اهتمام على الأمالية
٣٠٠٢

تطوير يعد الرقمي التسويق وهو ، جديد تجاري مفهوم ظهر ، حالات نمو صناعة في
يوفر أن يمكن المصرفي العالم في قوية دفع قوة حاليا الرقمية التكنولوجية
المملوكة الادخار لمنجات الترويج في الراحة انسد تغرام على الرقمي التسويق
لا الذين الأشخاص من العديد حاليا هناك يزال لا ، ذلك ومع الإسلامية للبنوك
ل تحديد أمرهم من حيرة في يزالون لا لذلك ، نفسه الإسلاميا البنك مفهوم فهمون
انسد تغرام على الرقمي التسويق دعم تحول مع إليها حد تاجون التي لادخارا منجات
من ، الأمالية الأممية محو مع جنب إلى جنب بالإندونيسي الشريعة بنك به يقيم الذي
بالادخار الاه تمام زيادة من التجاري تمكن أن المتوقع

على الأمالية الأممية ومحو الرقمي التسويق تأثير ل تحديد الدراسة هذه إجراء تم
تم. السهولة المضاربة بمنجات بالجملة سيريد بون مركز تجار اهتمام على انسد تغرام
والبيانات الأولية البيانات من البيانات وجاءت الكمية بالطرق البحث هذا إجراء
هذه في السكان يعتمد. الاسد بيانات من المسمدة البيانات مصادر مع الثانوية
سفير في بالجملة سيريد بون مركز مكتب موظف من مقدمات البيانات على الدراسة
حجم كان بالجملة سيريد بون مركز في متداوليا ١٣٢ حاليا ويوجد ، ماس الاعمال حزب
بنسبة معياري خطأ مع سلوف بين صديعة يستخدمون مسديجب ١٠٠ الدراسة هذه عينة
، البحث اتأخذ تبارات هي الدراسة هذه في أجريت التي التحليلية التقنيات ٥%
، المتعدد الخطي التحليل واتبارات ، الكلاسيكية الاف تراض واتبارات
الافرضيات واتبارات ، الإنهاء معامل واتبارات

التسويق متغير أن (t-test) الجزئي الاختبار أظهر ، الدراسة نتائج على بناء
العدو (١.٨٩٤٤٧) الجدول $r > (٢.٢٢٧)$ احسب قيم على حصل انسد تغرام في الرقمي
لها انسد تغرام في الرقمي التسويق متغيرات أن يعني مما $٠.١ < (٠.٠٢٨)$ سديج
الأممية محو متغيرات على الحصول تم بالادخار الاه تمام على وكبير إيجابي تأثير
مما $٠.١ < (٠.٠٠٠)$ سديج العدو (١.٨٩٤٤٧) الجدول $r > (٧.٧٠٧)$ المدسوبة القيم الأمالية
في الفائدة على وكبير إيجابي تأثير لها الأمالية الأممية محو متغيرات أن يعني
وقيمة $> (٥٦.٧١٧)$ احسب قيمة (امتحان) المتزامن الاختبار نتائج أظهرت الادخار
متغيرات أن القول يمكن أنه يعني ام $٠.١ < (٠.٠٠٠)$ سديج العدو وقيمة (٣.٠٩) الجدول
متغير على واحد وقت في ترتب انسد تغرام في الأمالية الأممية ومحو الرقمي التسويق
السهولة المضاربة منجات في بالجملة سيريد بون مركز متداولي بإذقاد الاه تمام

الاه تمام ، الأمالية الأممية محو ، انسد تغرام على الرقمي التسويق: الدالة الكلمات
بالادخار

PERSETUJUAN PEMBIMBING

SKRIPSI

**PENGARUH DIGITAL MARKETING DAN FINANCIAL LITERACY
TERHADAP MINAT MENABUNG PEDAGANG PGC PADA PRODUK
MUDHARABAH BSI CABANG CIREBON**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Pada Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Oleh:


RIKA AMBAR JULIANI


NIM: 1908203099

Menyetujui:

Pembimbing I

Pembimbing II


Moh. Mabruri Faozi, MA


Dr. Hj. Dewi Fatmasari, M.Si

NIP. 19780205 201101 1004

NIP. 19730107 200901 2 001

Mengetahui,

Ketua Jurusan Perbankan Syariah



Dr. Wacotoyo, M.S.I

NIP. 19830702 201101 1008

NOTA DINAS

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

IAIN Syaekh Nurjati Cirebon

Di Cirebon

Assalaamu'alaikum Wr. Wb. . . :

Setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi saudara/I **Rika Ambar Juliani, NIM : 1908203099** dengan judul :” **PENGARUH DIGITAL MARKETING DAN FINANCIAL LITERACY TERHADAP MINAT MENABUNG PEDAGANG PGC PADA PRODUK MUDHARABAH BSI CABANG CIREBON**”. Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut di atas sudah dapat diajukan pada Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon untuk di munaqosyahkan. *Wassalaamu'alaikum Wr.Wb.*

Menyetujui:

Pembimbing I

Pembimbing II

Moh.Mabruri Faozi, MA

NIP. 19780205 201101 1004

Dr. Hj. Dewi Fatmasari, M.Si

NIP. 19730107 200901 2 001

Mengetahui,

Ketua Jurusan Perbankan Syariah



Dr. W. W. W. W. W., M.S.I

NIP. 19830702 201101 1008

PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI

Bismillahirrohmanirrahim

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Rika Ambar Juliani

NIM : 1908203099

TTL : Cirebon, 17 Juli 2001

Alamat: Blok Sabrang RT01/RW 04 Desa Kalikoa Kecamatan Kedawung
Kabupaten Cirebon

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul **“PENGARUH DIGITAL MARKETING DAN FINANCIAL LITERACY TERHADAP MINAT MENABUNG PEDAGANG PGC PADA PRODUK MUDHARABAH BSI CABANG CIREBON”** 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 siap menanggung resiko atau sanksi apapun yang dijatuhkan kepada saya sesuai dengan peraturan yang berlaku apabila dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan atau ada klaim terhadap karya saya ini.

Cirebon, 10 April 2023

Saya yang menyatakan



Rika Ambar Juliani

NIM. 1908203099

LEMBAR PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirobbil'alamiin.... Dengan Rahmat Allah yang Maha Pengasih Lagi Maha Penyayang atas karunia, kekuatan, kesehatan dan cinta yang Engkau berikan akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan. Sholawat serta salam selalu tercurah limpahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang menjadi suri tauladan bagi seluruh umat muslim.

Saya persembahkan sebuah karya sederhana untuk orang-orang yang sangat saya cintai, sayangi dan sangat berjasa dalam hidup saya selama ini. Bapak dan Mama tercinta, sebagai tanda bukti, hormat dan rasa terima kasih yang tiada terhingga. Saya persembahkan karya kecil ini kepada bapak dan mama yang telah memberikan begitu banyak kasih sayang, segala dukungan dan cinta kasih yang tiada terhingga yang tiada mungkin saya balas hanya dengan selembar kertas yang bertuliskan kata cinta dan persembahan. Semoga ini bisa menjadi awal untuk membuat bapak dan mama bahagia. Karena saya sadar, mungkin selama ini belum bisa memberi sesuatu yang lebih. Teruntuk bapak dan mama terimakasih sudah selalu membuat saya termotivasi, selalu memberikan kasih sayang, selalu mendo'akan, dan selalu menasehati saya agar menjadi lebih baik lagi.

Saya persembahkan karya sederhana ini untuk kalian. Dan dengan kerendahan hati, saya mengucapkan beribu kata terima kasih dan maaf. Semoga kita selalu berada dalam lindungan Allah SWT. Aamiin....

With Love

Rika Ambar Juliani

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama Rika Ambar Juliani dilahirkan di Cirebon pada tanggal 17 Juli 2001. Penulis merupakan anak pertama dari tiga bersaudara dari pasangan suami istri, Bapak Sunarko dan Ibu Titin Supriatin. Penulis tinggal di Blok Sabrang RT 03/RW 04 Desa Kalikoa Kecamatan Kedawung Kabupaten Cirebon.

Jenjang Pendidikan yang ditempuh yaitu:

1. TK PGRI Cirebon Barat (2006-2007)
2. SDN 1 Kalikoa (2007-2013)
3. SMPN 1 Kedawung (2013-2016)
4. MAN 1 Kota Cirebon (2016-2019)

Penulis mengikuti program S-1 pada Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam Program studi Perbankan Syariah dan mengambil judul Skripsi: **“PENGARUH DIGITAL MARKETING DAN FINANCIAL LITERACY TERHADAP MINAT MENABUNG PEDAGANG PGC PADA PRODUK MUDHARABAH BSI CABANG CIREBON”** dibawah bimbingan Bapak Moh. Mabruhi Faozi, MA dan Ibu Dr. Hj. Dewi Fatmasari, M.Si.

Dengan daftar Riwayat hidup ini dibuat sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya

Cirebon, 10 April 2023

Rika Ambar Juliani

NIM. 1908203099

MOTTO

“Perbaikilah hubungan kita dengan Allah , maka percayalah Allah akan memperbaiki segala sesuatunya untuk kita”



KATA PENGANTAR

Segala puji hanya milik Allah SWT yang telah memberikan limpahan taufik, hidayah, rahmat serta nikmat kepada kita semua. Sholawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada suri tauladan kita yakni Nabi Besar Muhammad SAW beserta keluarganya, sahabat serta pengikutnya semoga kita semua seluruh kaum muslimin termasuk dalam umatnya dan memperoleh syafa'atnya kelak di yaumul akhir.

Alhamdulillah Robbil'alamiin dengan pertolongan Allah SWT akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“PENGARUH DIGITAL MARKETING DAN FINANCIAL LITERACY TERHADAP MINAT MENABUNG PEDAGANG PGC PADA PRODUK MUDHARABAH BSI CABANG CIREBON”**.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis banyak mendapat bantuan dan bimbingan yang tidak ternilai harganya dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Dr. H. Aan Jaelani, M. Ag Rektor IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dr. H. Didi Sukardi, MH Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
3. Bapak Dr. Wartoyo, M.S.I Selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah
4. Ibu Hj. Nining Wahyuningsih, SE, MM selaku Sekretaris Jurusan Perbankan Syariah.
5. Bapak Moh.Mabruri Faozi, MA dan Ibu Dr Hj. Dewi Fatmasari, M.Si selaku pembimbing skripsi yang telah banyak memberikan arahan dan pertimbangan pertimbangan bermakna bagi penulis selama penyusunan skripsi ini.
6. Seluruh dosen dan staf serta Perpustakaan, khususnya jurusan Perbankan Syariah Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
7. Pihak PGC (Pusat Grosir Cirebon) yang telah membantu saya dalam penyusunan skripsi ini.
8. Kedua orang tua penulis yaitu Bapak Sunarko dan Ibu Titin Supriatin, serta adikku Rico Ramadhan dan Gibran Ibrahim yang telah memberikan do'a, motivasi, dukungan dan kasih sayang yang pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini.

9. Terima kasih Teman seperjuangan PS C dan teman-teman yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah mewarnai selama masa perkuliahan.

10. Terima kasih untuk sahabat-sahabat yang telah membantu penyusunan skripsi penulis seperti yaitu Alan, Esa, Windi, Tyo, Naya, Nada yang selalu memberikan support kepada saya untuk segera menyelesaikan skripsi ini.

11. Seluruh pihak yang telah banyak membantu memberikan bantuan dan dorongan semangat yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Terima kasih sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Semoga bantuan dan dukungan yang bersifat moral maupun material dari berbagai pihak tersebut menjadi amal ibadah dan senantiasa mendapat balasan dari Allah SWT. Dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu dengan kerendahan hati, penulis menerima semua kritik dan saran yang bersifat membangun.



DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
تہ جریدہ دی.....	iii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	Error! Bookmark not defined.
NOTA DINAS	v
LEMBAR PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI	vii
LEMBAR PERSEMBAHAN	viii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	ix
MOTTO	x
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	7
C. Batasan Masalah.....	7
D. Rumusan Masalah	7
E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	7
F. Sistematika Penulisan	8
BAB II KAJIAN TEORI	10
A. Digital Marketing Instagram.....	10
B. Financial Literacy.....	16
C. Minat Menabung	20
D. Penelitian Terdahulu	23
E. Kerangka Pemikiran.....	29
F. Hipotesis.....	33
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	34

A. Lokasi Penelitian.....	34
B. Waktu Penelitian.....	34
C. Metode Penelitian.....	34
D. Jenis dan Sumber Data.....	34
1. Jenis Data.....	34
2. Sumber Data.....	34
E. Teknik Pengumpulan Data.....	35
1. Observasi.....	35
2. Wawancara.....	36
3. Kuesioner.....	36
4. Dokumentasi.....	37
F. Operasional Variabel.....	37
1. Variabel Bebas (<i>independen</i>).....	37
2. Variabel terikat (<i>dependen</i>).....	37
G. Populasi dan Sampel Penelitian.....	39
1. Populasi penelitian.....	39
2. Sampel Penelitian.....	39
H. Teknik Analisis Data.....	41
1. Uji Instrumen.....	41
2. Analisis Deskriptif.....	41
3. Uji Asumsi Klasik.....	41
4. Analisis Regresi Linier Berganda.....	43
5. Koefesien Determinasi.....	43
6. Uji Hipotesis.....	44
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	45
A. Hasil Penelitian.....	45
1. Gambaran Objek Penelitian.....	45
2. Karakteristik Responden.....	46
3. Uji Instrumen.....	49
4. Analisis Deskriptif.....	53
5. Uji Asumsi Klasik.....	65
6. Analisis Regresi Linear Berganda.....	69
7. Koefesien Determinasi.....	70
8. Uji Hipotesis.....	71

B. Pembahasan Penelitian.....	74
BAB V PENUTUP	78
A. Kesimpulan	78
B. Saran.....	79
DAFTAR PUSTAKA	81
LAMPIRAN-LAMPIRAN	86



DAFTAR TABEL

Table 1.1 Data Pra Survey Minat menabung pedagang.....	6
Tabe 3.1 Kriteria Skala Likert Kuesioner	37
Tabel 3.2 Operasioanal Variabel.....	38
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	46
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	47
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usaha	47
Tabel 4.4 Perhitungan Uji Validitas Variabel Digital Marketing Instgram (X1) .	49
Tabel 4.5 Perhitungan Uji Validitas Variabel Financial Literacy (X2)	50
Tabel 4.6 Perhitungan Uji Validitas Variabel Minat Menabung (Y).....	51
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Digital	52
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Financial Literacy	52
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Minat Menabung	53
Tabel 4.10 Statistik Deskriptif Variabel Digital Marketing Instagram.....	54
Tabel 4.11 Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Digital Marketing Instagram.....	56
Tabel 4.12 Statistik Deskriptif Variabel Financial Literacy	57
Tabel 4.13 Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Financial Literacy	60
Tabel 4. 14 Statistik Deskriptif Variabel Minat Menabung	61
Tabel 4.15 Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Minat Menabung.....	63
Tabel 4.16 Hasil Uji Normalitas	65
Tabel 4.17Hasil Uji Multikolinearitas.....	66
Tabel 4.18Hasil Uji Heteroskedastisitas	67
Tabel 4.19 Hasil Uji Linearitas	68
Tabel 4.20 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	69
Tabel 4.21 Hasil uji Koefesien Determinasi	71
Tabel 4.22 Hasil Uji T (Simultan)	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Pengguna Aktif Media Sosial	2
Gambar 1.2 Instagram BSI.....	3
Gambar 1.3 Market Share Perbankan Syariah	4
Gambar 1.4 Indeks Literasi dan Inklusi Keuangan.....	5
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	32
Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas	67



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Surat Keputusan Skripsi
Surat Pengantar Penelitian
Surat Balasan dan Keterangan Instansi
Kartu Bimbingan Skripsi
- Lampiran 2 : Kuesioner Penelitian
Dokumentasi Penelitian
- Lampiran 3 : Karakteristik Responden
- Lampiran 4 : Hasil Penyebaran Kuesioner
- Lampiran 5 : Output Uji Validitas Output Uji Reliabilitas
- Lampiran 6 : Output Hasil Perhitungan IBM SPSS 25
Output Hasil Uji Normalitas
Output Hasil Uji Multikolinearitas
Output Hasil Uji Heteroskedastisitas
Output Hasil Uji Linearitas
- Lampiran 7 : Output Regresi Linear Berganda
- Lampiran 8 : Output Koefisien Determinasi
- Lampiran 9 : Output Uji F
- Lampiran 10 : Tabel r
Tabel t
Tabel f
- 

PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan R.I. Nomor 158/1987 dan Nomor 0543b/U/1987.

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:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	er
ز	Zai	Z	zet
س	Sin	S	es

ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	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:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
َ	Fathah	a	a
ِ	Kasrah	i	i
ُ	Dammah	u	u

2. Vokal Rangkap

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

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
يَ...ئِ	Fathah dan ya	ai	a dan u
وَ...ؤِ	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:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
آ...إِ...يَ...	Fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis di atas

...ى	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di atas
...و	Dammah dan wau	ū	u dan garis di atas

Contoh:

- | | |
|--------------|------------------|
| - قَالَ qāla | - قِيلَ qīla |
| - رَمَى ramā | - 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/raudahtul 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 | - الْبِرُّ 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 | - الشَّمْسُ | asy-syamsu |
| - الْقَلَمُ | al-qalamu | - 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'khuzu | - النَّوْءُ | an-nau'u |
| - شَيْءٌ | syai'un | - 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

