

Mega Puspitasari (NIM. 212 250). Pengaruh Potensi dan Preferensi Mahasiswa terhadap Minat Menjadi Marketing di Perbankan Syariah (Studi Kasus pada Mahasiswa Ekonomi di Kudus) Skripsi, Kudus: Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam STAIN Kudus, 2016.

ABSTRAK

Perkembangan industri keuangan syariah mencakup berbagai lini, termasuk perbankan syariah. Dengan banyaknya perbankan syariah yang berdiri maka membuka peluang minat menjadi marketing bagi sarjana ekonomi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh potensi dan preferensi mahasiswa terhadap minat menjadi marketing di perbankan syariah. Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian *field Research*. Objek penelitian ini adalah mahasiswa ekonomi di Kudus. Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data yaitu kuesioner (angket), wawancara dan dokumentasi. Sedangkan teknik pengambilan sampling adalah *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Dan metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara potensi dan preferensi mahasiswa terhadap minat menjadi marketing di Perbankan Syariah. Hal ini dapat terlihat dari hasil hipotesis potensi yang ternyata nilai t_{hitung} lebih besar jika dibandingkan dengan nilai t_{tabel} ($2,605 > 1,988$) dan begitu pula pada hipotesis preferensi nilai t_{hitung} lebih besar jika dibandingkan dengan nilai t_{tabel} ($2,775 > 1,988$) Sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Sedangkan secara parsial, potensi dan preferensi bersama-sama berpengaruh terhadap minat menjadi marketing di Perbankan Syariah. Hal ini dapat terlihat berdasarkan hasil uji F yang diperoleh bahwa F_{hitung} sebesar 10,094 dengan tingkat signifikansi menggunakan 0,05 Karena $F_{hitung} >$ dari F_{tabel} ($10,094 > 3,101$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Kata Kunci: Potensi, Preferensi dan Minat Menjadi Marketing.