

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. STAIN Kudus

a. Sejarah STAIN Kudus

Eksistensi STAIN Kudus tidak dapat terlepas dari sejarah berdirinya Perguruan Tinggi Agama Islam Negeri di Indonesia yaitu Institut Agama Islam Negeri (IAIN). Di samping itu, keberadaan IAIN sendiri tidak terlepas dari pasang surutnya perjuangan Islam di Indonesia terutama dalam bidang Dakwah Islamiyah.¹

Sejarah telah mencatat bahwa kerajaan Islam yang pertama di Pulau Jawa berada di Demak, yang dikenal dengan Kerajaan Islam Demak. Bersamaan dengan kejayaan kerajaan Islam tersebut hidup sejumlah wali yang cukup tersohor dan sangat berjasa pada dalam penyiaran dan pengembangan agama Islam di Nusantara, khususnya di Pulau Jawa, lebih khusus lagi di kawasan timur pantai utara Jawa Tengah. Di antara sejumlah wali tersebut ada 9 (sembilan) orang yang terkenal dan dua di antara mereka ada di Kudus, yaitu Ja'far Shodiq (Sunan Kudus) dan Raden Umar Said (Sunan Muria). Dengan demikian, maka Jawa Tengah bagian utara dulu pernah menjadi pusat pengkajian dan penyebaran agama Islam.

Pada waktu pemerintahan Republik Indonesia berpusat di Yogyakarta (1949), Pemerintah mendirikan perguruan tinggi yang diberi nama Universitas Gajah Mada yang semula adalah perguruan tinggi swasta, yang diperuntukkan untuk golongan nasional. Sedangkan untuk golongan Islam didirikan Perguruan Tinggi Agama Islam Negeri (PTAIN) yang diambilkan dari Fakultas Agama Universitas Islam Indonesia yang merupakan perguruan tinggi swasta.

Dalam proses selanjutnya, pada tahun 1960 PTAIN di Yogyakarta dan Akademi Dinas Ilmu Agama (ADIA) di Jakarta digabung menjadi Institut Agama Islam Negeri (IAIN), dengan nama *al-Jami'ah al-Islamiyah al-Hukumiyah*. IAIN yang semula hanya ada di Yogyakarta, kemudian berkembang menjadi 14 IAIN yang tersebar di seluruh Indonesia.

Pada tahun 1963 Yayasan Kesejahteraan Daerah (YKD) Kudus mendirikan Perguruan Tinggi Ilmu Ekonomi yang sekarang menjadi Universitas Muria Kudus, dan Perguruan Tinggi Agama Islam yang kemudian menjadi Fakultas Tarbiyah yang secara operasional menginduk kepada IAIN Sunan Kalijaga. Kemudian pada tahun 1969 berdiri juga Fakultas Ushuluddin. Dalam perkembangannya, pada tanggal 6 April 1970 berdasarkan Surat

¹ Pedoman Akademik STAIN Kudus Tahun 2012

Keputusan Menteri Agama Nomor 30 Tahun 1970 Fakultas Ushuluddin dinegerikan. Bersamaan dengan itu pula Fakultas Tarbiyah ditarik ke IAIN Walisongo Semarang dan Fakultas Ushuluddin tetap di Kudus sebagai Fakultas Daerah dari IAIN Walisongo Semarang. Kemudian para dermawan, seperti BAPENI, Pemerintah Daerah, tokoh agama dan masyarakat serta industri rokok memberikan tanah wakaf untuk fakultas Ushuluddin IAIN Walisongo yang berada di Kudus.²

Dalam perjalanannya pada tahun 1992 keluar Keputusan Menteri Agama Nomor 170 Tahun 1992 yang merelokasi Fakultas Ushuluddin IAIN Walisongo di Kudus ke Surakarta. Selanjutnya dengan pertimbangan kebijaksanaan Rektor IAIN Walisongo Semarang, di Kudus diberi ijin membuka jurusan Perbandingan Agama yang merupakan salah satu jurusan dari Fakultas Ushuluddin IAIN Walisongo Semarang. Sambil tetap menjalankan fungsinya sebagai sebuah lembaga pendidikan Fakultas Ushuluddin Kudus (yang telah direlokasi).

Pada tanggal 23 Agustus 1996 keluar surat edaran dari Direktur Jendral Pembinaan Kelembagaan Agama (Dirjen BINBAGA) Islam Nomor: EIII/OT.00/A2/1804/1996 tentang Penyiapan Bahan untuk Penyiapan Kelembagaan, yang ditujukan kepada Rektor dan Dekan Fakultas daerah (di luar induk) di seluruh Indonesia yang berisi perintah kepada seluruh Dekan Fakultas Daerah untuk menyiapkan bahan-bahan sebagai dokumen awal Rencana Pendirian Sekolah Tinggi yang berisi :

1. Proposal Pendirian IAIN/Sekolah tinggi
2. Rencana Induk Pengembangan dan Master Plan
3. Statuta IAIN/Sekolah Tinggi
4. Naskah Akademik

Surat edaran tersebut merupakan tantangan sekaligus peluang bagi IAIN walisongo di Kudus untuk berkembang menjadi Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Kudus. Tugas pertama yang harus dipersiapkan oleh panitia yaitu mempersiapkan semua naskah yang diminta oleh Dirjen BINBAGA Islam sebagaimana tersebut di atas.³

Pada tanggal 26 Nopember 1996, keluar surat edaran dari Dirjen BINBAGA Islam Departemen Agama RI yang berisi jawaban terhadap proposal perubahan Fakultas Ushuluddin menjadi STAIN Kudus dengan merujuk surat dari Dirjen DEPDIBUD Nomor : 2909/p/T/96, yang intinya berisi Persetujuan Perubahan 37 Fakultas Daerah menjadi Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri yang diataranya STAIN Kudus Jawa Tengah yang menduduki urutan 14. Tentunya,

² *Ibid*,

³ *Ibid*,

berita tersebut merupakan berita yang sangat menggembirakan bagi civitas akademika Fakultas Ushuluddin Kudus.

Melalui proses akademik, birokrasi dan konsultasi akhirnya usaha yang dilakukan pimpinan IAIN Walisongo di Kudus saat itu membuahkan hasil, yaitu pada bulan Maret 1997 keluar keputusan Presiden Republik Indonesia nomor 11 Tahun 1997 tentang pendirian Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri. Selanjutnya disusul keputusan Menteri Agama tentang Struktur Organisasi STAIN Kudus dan SK Menteri Agama Nomor 383 Tahun 1997 tentang Kurikulum STAIN dan secara teknis, keluar surat Dirjen BINBAGA Islam Departemen Agama RI Nomor E/136/1997 yang mengatur tentang Alih Status Fakultas Daerah menjadi STAIN.

Sampai tahun 2016 STAIN Kudus mengalami kemajuan yang sangat pesat yaitu dengan memiliki 17 (tujuh belas) program studi untuk jenjang sarjana (S1) 14 (empat belas) prodi sudah melaksanakan proses pembelajaran dan yang 3 (tiga) prodi proses menunggu SK dari kemenag RI. Selain itu juga mempunyai 2 (dua) program studi untuk jenjang pascasarjana (S2).

Program studi jenjang sarjana (S1) terdiri dari :⁴

1. Jurusan Tarbiyah
 - a. Prodi Pendidikan Agama Islam (PAI)
 - b. Prodi Pendidikan Bahasa Arab (PBA)
 - c. Prodi Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah (PGMI)
 - d. Prodi Pendidikan Guru Raudlatul Athfal (PGRA)
 - e. Prodi Sastra Arab (SA) (Proses menunggu Sk dari Kemenag)
2. Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam
 - a. Prodi Ahwal Syakhshiyah (AS)
 - b. Prodi Ekonomi Syariah (ES)
 - c. Prodi Manajemen Bisnis Syariah (MBS)
 - d. Prodi Zakat dan Wakaf (ZW)
3. Jurusan Ushuluddin
 - a. Prodi Ilmu Al Qur'an dan Tafsir (IQT)
 - b. Prodi Ilmu Aqidah (IA)
 - c. Prodi Ilmu Hadits (IH)
 - d. Prodi Ilmu Tasawuf (IT)
4. Jurusan Dakwah dan Komunikasi
 - a. Prodi Bimbingan dan Konseling Islam (BKI)
 - b. Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)
 - c. Prodi Manajemen Dakwah (MD) (Proses Menunggu SK dari Kemenag)
 - d. Prodi Pengembangan Masyarakat Islam (PMI) (Proses Menunggu Sk dari Kemenag).

Pengembangan kualitas akademik bagi masyarakat dilakukan dengan cara melakukan pendirian Program Magister (S2). Akhir tahun

⁴ *Ibid*,

2012 dan awal tahun 2013, STAIN Kudus memperoleh SK pengelolaan pascasarjana dengan dua prodi sebagai berikut:

1. Program Studi Manajemen Pendidikan Islam (MPI)
2. Program Studi Ekonomi Syariah (ES)

b. Visi, Misi dan Tujuan STAIN Kudus

Visi

Membangun dan memberdayakan ilmu-ilmu agama Islam dengan menginternalisasikan ketangguhan dan keanggunan karakter moral, kesalehan nurani/spiritual dan ketajaman nalar/emosional untuk mewujudkan masyarakat madani.

Misi

Menyelenggarakan Tri Dharma Perguruan Tinggi yang Islami dan berkualitas guna mewujudkan insan akademik yang cakap dan saleh, berakhlak mulia, dengan menumbuhkembangkan etos ilmu, etos kerja dan etos pengabdian yang tinggi, serta berpartisipasi aktif dalam memberdayakan segenap potensi masyarakat.⁵

Tujuan

- 1) Menyiapkan peserta didik agar menjadi anggota masyarakat yang memiliki kemampuan akademik dan atau professional yang beriman, bertaqwa, dan berakhlakul mulia serta dapat menerapkan, mengembangkan dan atau menciptakan ilmu pengetahuan keislaman, teknologi yang berlandaskan ajaran Islam.
- 2) Mengembangkan dan menyebarluaskan ilmu pengetahuan keislaman, teknologi dan seni yang berlandaskan ajaran Islam serta mengupayakan penggunaannya untuk meningkatkan pemberdayaan potensi serta taraf kehidupan masyarakat dan memperkaya kebudayaan nasional.

2. Universitas Muria Kudus (UMK)

a. Sejarah Universitas Muria Kudus (UMK)

Pendirian Universitas Muria Kudus dimulai pada bulan Maret 1980 dengan negosiasi antara Kopertis Wilayah V (sekarang kopertis VI) dengan Pemerintah Daerah Tingkat II Kudus. Hasil kesepakatan adalah persetujuan berdirinya sebuah Universitas oleh Koordinator Kopertis Wilayah V dengan didukung oleh kesanggupan Bupati Kudus (Bp. Wimpie Hardono) selaku Pimpinan Daerah untuk menyediakan lahan seluas 6 hektar yang terletak di Desa

⁵ *Ibid*,

Gondangmanis, Kecamatan Bae, Kabupaten Kudus. Upaya ini semakin nyata dengan berperan sertanya para pengusaha di Kudus dan sekitarnya. Sebagai badan penyelenggara adalah Yayasan Pembina Universitas Muria Kudus.⁶

Guna pelaksanaan pengalihan dari Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) menjadi Universitas, Bupati Kudus menugaskan pada Tim Pendirian Universitas Muria Kudus yang beranggotakan:⁷

1. Soewarno, SH (almarhum)
2. Drs. Sardjono Hasri (almarhum)
3. D. Sunarjo, SH
4. Soegito MW, BSc (almarhum)
5. Drs. Edi Sardjono, MM

Tugas dari tim adalah menyiapkan segala sesuatu yang terdiri atas persyaratan dan administrasi sebagai syarat untuk berdirinya universitas. Dari hasil kerja tim yang ditugasi, maka pada tanggal 9 Juni 1980 Kopertis Wilayah V (sekarang Kopertis VI) Jawa Tengah mengukuhkan berdirinya Universitas Muria Kudus dengan Surat Keputusan No. 029/K/Kep/VI/1980 yang kemudian diresmikan pada tanggal 12 Juni 1980 dengan nama Universitas Muria Kudus.

Fakultas dan jurusan yang ada pada saat Universitas Muria Kudus didirikan sampai dengan tahun 2015 adalah sebagai berikut :⁸
Jenjang sarjana Strata Satu (S1) terdiri dari :

1. Fakultas Ekonomi, jurusan :
 - a. Manajemen
 - b. Akuntansi
2. Fakultas Hukum, jurusan :
 - a. Ilmu Hukum

⁶ <http://www.umk.ac.id/index.php/tentang-umk/sejarah-umk> (27 Januari 2016)

⁷ *Ibid.*,

⁸ *Ibid.*,

3. Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, jurusan :
 - a. Ilmu Pendidikan/Psikologi Pendidikan dan Bimbingan (Bimbingan dan Konseling)
 - b. Jurusan Bahasa dan Seni/ Pendidikan Bahasa Inggris
 - c. Jurusan Keguruan/Pendidikan Guru Sekolah Dasar (PGSD)
4. Fakultas Teknik, jurusan :
 - a. Teknik Mesin (D3)
 - b. Teknik Mesin (S1)
 - c. Teknik Elektro (S1)
 - d. Sistem Informasi
 - e. Sistem Informatika
5. Fakultas Pertanian, jurusan :
6. Fakultas Psikologi, jurusan :
 - a. Psikologi

Jenjang sarjana Strata Dua (S2) terdiri dari :

1. Manajemen
2. Ilmu Hukum

b. Visi, Misi dan Tujuan Universitas Muria Kudus (UMK)

Visi :

Menjadi Universitas Kebudayaan (*Culture University*) yang menghasilkan lulusan cerdas, berbudi luhur, berkepribadian luhur, berilmu, berteknologi dan seni.

Misi :

1. Membentuk insan yang menguasai ilmu pengetahuan, teknologi dan seni.
2. Mengembangkan insan yang berkualitas secara spiritual, emosional, intelektual dan fisik.

3. Mengembangkan insan yang profesional dengan kemampuan kepemimpinan serta berjiwa kewirausahaan untuk mendukung daya saing bangsa.

Tujuan :

1. Menciptakan budaya akademik yang dijiwai iman dan taqwa kepada Tuhan Yang Maha Esa guna meningkatkan harkat dan martabat manusia.
2. Mengembangkan dan menyebarluaskan ilmu pengetahuan, teknologi dan atau seni serta mengupayakan penggunaannya untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat.
3. Mengembangkan potensi mahasiswa yang beriman dan bertaqwa kepada Tuhan YME, berbudi dan berkepribadian luhur, sehat, berakhlak mulia dan bertanggung jawab.
4. Mengembangkan potensi peserta didik agar menjadi insan yang berilmu, cakap, kritis, inovatif dan percaya diri.⁹

B. Deskripsi Data Penelitian

1. Deskripsi Identitas Responden

Deskripsi responden disajikan dalam penelitian ini guna untuk menggambarkan keadaan atau kondisi responden yang dapat memberikan informasi tambahan untuk memahami hasil-hasil penelitian. Penyajian data deskriptif penelitian ini bertujuan agar dapat dilihat profil dari data penelitian dan hubungan antar variabel yang digunakan dalam penelitian. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan yang cara pengambilan informasi atau data-data yang dibutuhkan peneliti mengenai tanggapan responden adalah dengan menggunakan angket terbuka dan tertutup.

Kuesionernya diperoleh dengan cara peneliti menemui langsung responden dan memberikan kuesioner untuk diisi oleh para responden yang merupakan mahasiswa ekonomi di Kudus. Pengumpulan data secara

⁹ <http://www.umk.ac.id/index.php/tentang-umk/visi-misi-umk> (27 Januari 2016).

langsung dengan menemui responden, hal ini bertujuan agar lebih efektif untuk meningkatkan *respon rate* responden dalam penelitian ini. Dengan mengambil sampel sebanyak 90 responden sebagai syarat pemenuhan sampel yang dapat mewakili populasi. Dalam hal ini peneliti membagi karakteristik responden menjadi 5 jenis, yaitu :

a. Jenis Kelamin

Adapun data mengenai jenis kelamin responden mahasiswa ekonomi di Kudus dapat dilihat dalam tabel berikut ini:

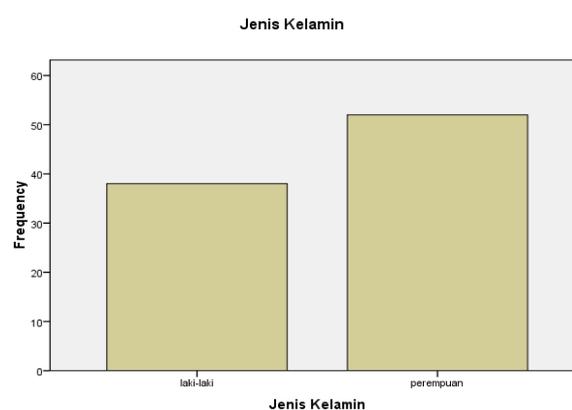
Tabel 4.1

Jenis Kelamin Responden

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	laki-laki	38	42.2	42.2	42.2
	Perempuan	52	57.8	57.8	100.0
	Total	90	100.0	100.0	

Sumber: Data primer yang diolah, 2016

Grafik 4.1



Sumber: Data primer yang diolah, 2016

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.1 diatas, dapat diketahui bahwa dari 90 responden yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 38 mahasiswa atau (42.2%) dan yang berjenis kelamin perempuan

sebanyak 52 mahasiswa atau (57.8%). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden mahasiswa ekonomi di Kudus adalah perempuan.

b. Usia

Adapun data mengenai usia responden mahasiswa ekonomi di Kudus dapat dilihat dalam tabel berikut ini:

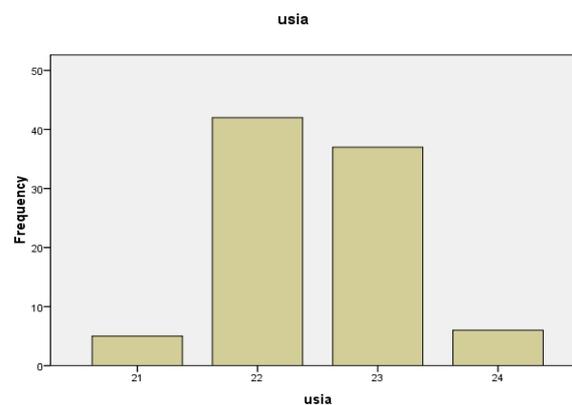
Tabel 4.2

Usia Responden

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
V	21	5	5.6	5.6
Alid	22	42	46.7	52.2
	23	37	41.1	93.3
	24	6	6.7	100.0
Total	90	100.0	100.0	

Sumber: Data primer yang diolah, 2016

Grafik 4.2



Sumber: Data primer yang diolah, 2016

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.2 diatas, dapat diketahui bahwa dari 90 responden yang berusia 21 tahun sebanyak 5 mahasiswa

(5.6%), kemudian yang berusia 22 tahun sebanyak 42 mahasiswa (46.7%), kemudian yang berusia 23 tahun sebanyak 37 mahasiswa (41.1%) dan yang berusia 24 tahun sebanyak 6 mahasiswa (6.7%). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar usia responden mahasiswa ekonomi di Kudus adalah 22 tahun.

c. Pendidikan

Adapun data mengenai latar belakang pendidikan responden mahasiswa ekonomi di Kudus dapat dilihat dalam tabel berikut ini:

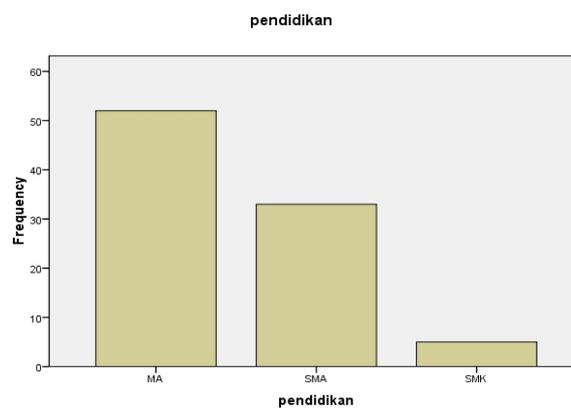
Tabel 4.3

Pendidikan Reponden

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	MA	52	57.8	57.8	57.8
	SMA	33	36.7	36.7	94.4
	SMK	5	5.6	5.6	100.0
	Total	90	100.0	100.0	

Sumber: Data primer yang diolah, 2016

Grafik 4.3



Sumber: Data primer yang diolah, 2016

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.3 diatas, dapat diketahui bahwa dari 90 responden yang mempunyai latar belakang pendidikan

MA sebanyak 52 mahasiswa (57.8%), yang mempunyai latar belakang SMA sebanyak 33 mahasiswa (36.7%) dan yang mempunyai latar belakang SMK sebanyak 5 mahasiswa (5.6%). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pendidikan responden mahasiswa ekonomi di Kudus adalah MA (Madrasah Aliyah).

d. Pekerjaan

Adapun data mengenai apakah responden mahasiswa ekonomi di Kudus sudah bekerja atau belum dapat dilihat dalam tabel berikut ini:

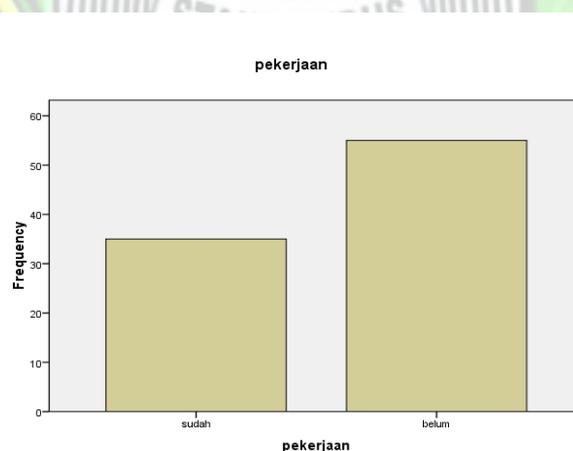
Tabel 4.4

Pekerjaan Responden

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sudah	35	38.9	38.9	38.9
	Belum	55	61.1	61.1	100.0
	Total	90	100.0	100.0	

Sumber: Data primer yang diolah, 2016

Grafik 4.4



Sumber: Data primer yang diolah, 2016

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.4 diatas, dapat diketahui bahwa dari 90 responden mahasiswa yang sudah bekerja sebanyak 35 mahasiswa (38.9%) dan yang belum bekerja sebanyak 55 mahasiswa

(61.1%). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden mahasiswa ekonomi di Kudus adalah belum bekerja.

e. Pendapatan

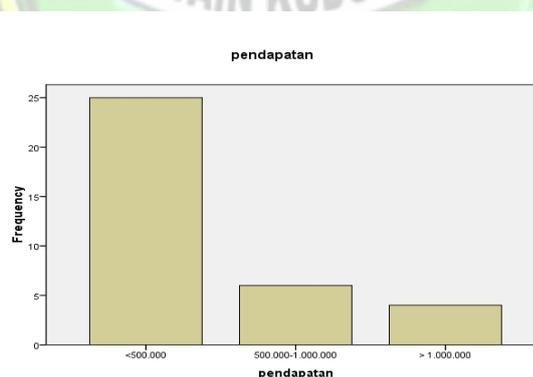
Adapun data mengenai pendapatan perbulan jika responden sudah bekerja dapat dilihat dalam tabel berikut ini:

Tabel 4.5
Pendapatan Responden

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid < Rp 500.000	25	27.8	71.4	71.4
Rp 600 000-1.000.000	6	6.7	17.1	88.6
> Rp 1.100.000	4	4.4	11.4	100.0
Total	35	38.9	100.0	
Missing System	55	61.1		
Total	90	100.0		

Sumber: Data primer yang diolah, 2016

Grafik 4.5



Sumber: Data primer yang diolah, 2016

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.5 diatas, dapat diketahui bahwa pendapatan responden perbulan < Rp. 500.000 sebanyak 25 mahasiswa (27.8%), sedangkan yang pendapatannya Rp. 500.000 – Rp.

1.000.000 sebanyak 6 mahasiswa (6.7%) dan yang pendapatannya > Rp. 1.000.000 sebanyak 4 mahasiswa (4.4%). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pendapatan responden mahasiswa ekonomi di Kudus yang sudah bekerja adalah < Rp. 500.000. Berdasarkan data di atas, dapat diketahui bahwa responden yang sudah bekerja adalah sebanyak 35 responden dan sisanya 55 responden belum bekerja.

2. Deskripsi Angket

a. Variabel Potensi (X_1)

Potensi Minat menjadi marketing adalah potensi yang dimiliki seseorang untuk bekerja menjadi seorang marketing di perbankan syariah. Pada variabel potensi terdiri dari 6 (enam) item pernyataan, di mana hasil angka untuk variabel potensi dapat dijelaskan sebagai berikut :¹⁰

- 1) Pada item potensi pertama, 48,9% responden menyatakan setuju bahwa mereka mengetahui dan memahami tentang profesi marketing, sedangkan 22,2% menyatakan sangat setuju dan 28,9% menyatakan netral.
- 2) Pada item potensi kedua, 45,6% responden menyatakan setuju bahwa mereka berkeinginan menjadi marketing di perbankan syariah, sedangkan 51,1% menyatakan netral dan 3,3% menyatakan setuju.
- 3) Pada item potensi ketiga, 57,8% responden menyatakan setuju bahwa mereka mampu memasarkan produk dan bisa berkomunikasi baik dengan masyarakat, sedangkan 32,2% menyatakan netral dan 10,0% menyatakan sangat setuju.
- 4) Pada item potensi keempat, 46,7% responden menyatakan setuju bahwa marketing harus mampu berinteraksi langsung dengan masyarakat, sedangkan 37,8% menyatakan sangat setuju dan 15,6% menyatakan netral.

¹⁰ Untuk Lebih jelas lihat di lampiran.

- 5) Pada item potensi kelima, 43,3% responden menyatakan sangat setuju bahwa marketing merupakan pekerjaan yang memerlukan keahlian khusus, sedangkan 34,4% menyatakan netral dan 22,2% menyatakan setuju.
- 6) Pada item potensi keenam, 62,2% responden menyatakan netral bahwa Minat menjadi marketing dipandang sebagai pekerjaan yang disegani oleh masyarakat, sedangkan 31,1% menyatakan setuju, 3,3% menyatakan tidak setuju dan 3,3% menyatakan sangat setuju.

b. Variabel Preferensi (X₂)

Preferensi minat menjadi marketing adalah memprioritaskan pilihan, kecenderungan atau kesukaan dalam memilih pekerjaan marketing di perbankan syariah. Pada variabel preferensi terdiri dari 6 (enam) item pernyataan, di mana hasil angka untuk variabel preferensi dapat dijelaskan sebagai berikut :¹¹

- 1) Pada item preferensi pertama, 63.3% responden menyatakan setuju bahwa menjadi marketing diperbankan syariah adalah pilihan utama karena menguntungkan, sedangkan 32.2% menyatakan netral, dan 4.4% menyatakan sangat setuju.
- 2) Pada item preferensi kedua, 55.6% responden menyatakan setuju bahwa mereka belum bekerja akan memilih profesi selain marketing, sedangkan 40.0% menyatakan netral, 3.3% menyatakan sangat setuju dan 1.1% menyatakan tidak setuju.
- 3) Pada item preferensi ketiga, 71.7% responden menyatakan netral bahwa mereka akan berpindah profesi menjadi marketing, sedangkan 20.2% menyatakan setuju dan 8.9% menyatakan tidak setuju.
- 4) Pada item preferensi keempat, 50.0% responden menyatakan netral bahwa menjadi marketing di perbankan syariah banyak diminati

¹¹ Untuk Lebih jelas lihat di lampiran.

masyarakat, sedangkan 26.7% menyatakan setuju, 2.2% menyatakan tidak setuju dan 1.1% menyatakan setuju.

- 5) Pada item preferensi kelima, 54.4% responden menyatakan setuju bahwa menjadi marketing di perbankan syariah adalah pekerjaan yang menyenangkan dan penuh dengan tantangan, sedangkan 40.0% menyatakan netral dan 5.6% menyatakan netral.
- 6) Pada item preferensi keenam, 52.2% responden menyatakan setuju bahwa mereka akan mencari informasi mengenai profesi marketing diperbankan syariah, sedangkan 41.1% menyatakan netral, 4.4% menyatakan tidak setuju dan 2.2% menyatakan sangat setuju.

c. Variabel Minat Menjadi Marketing (Y)

Minat menjadi marketing merupakan kecenderungan, keyakinan, serta kesediaan dari dalam diri individu untuk menjadi marketing. Pada variabel Minat menjadi marketing terdiri dari 7 (tujuh) item pernyataan, di mana hasil angka untuk variabel Minat menjadi marketing dapat dijelaskan sebagai berikut :¹²

- 1) Pada item minat menjadi marketing pertama, 50.0% responden menyatakan setuju bahwa mereka cenderung ingin menjadi marketing di perbankan syariah, sedangkan 38.9% menyatakan netral, 7.8% menyatakan tidak setuju dan 3.3% menyatakan sangat setuju.
- 2) Pada item minat menjadi marketing kedua, 46.7% responden menyatakan setuju bahwa mereka ingin menjadi marketing di perbankan syariah karena teman/saudara sukses diprofesi tersebut, sedangkan 40.0% menyatakan netral, 7.8% menyatakan sangat setuju dan 5.6% menyatakan tidak setuju.
- 3) Pada item minat menjadi marketing ketiga, 47.8% responden menyatakan netral bahwa profesi marketing menjadi pilihan mereka karena pekerjaannya menyenangkan dan penuh dengan

¹² Untuk Lebih jelas lihat di lampiran.

tantangan, sedangkan 41.1% menyatakan netral, 8.9% menyatakan tidak setuju dan 2.2% menyatakan sangat setuju.

- 4) Pada item minat menjadi marketing keempat, 52.2% responden menyatakan setuju bahwa mereka ingin mengaplikasikan ilmu pemasaran yang mereka dapat di bangku kuliah, sedangkan 26.7% menyatakan netral, 20.0% menyatakan sangat setuju dan 1.1% menyatakan tidak setuju.
- 5) Pada item minat menjadi marketing kelima, 44.4% responden menyatakan sangat setuju bahwa tantangan menjadi marketing adalah harus mampu mempengaruhi seseorang agar tertarik dengan produk yang ditawarkan, sedangkan 38.9% menyatakan setuju, 14.4% menyatakan netral dan 2.2% menyatakan tidak setuju.
- 6) Pada item minat menjadi marketing keenam, 57.8% responden menyatakan setuju bahwa bonus yang ditawarkan menjadi marketing sangat tinggi, sedangkan 22.2% menyatakan netral, 16.7% menyatakan sangat setuju dan 3.3% menyatakan tidak setuju.
- 7) Pada item minat menjadi marketing ketujuh, 50.0% responden menyatakan setuju bahwa profesi marketing adalah profesi yang cepat naik jabatan, sedangkan 40.0% menyatakan netral, 6.7% menyatakan tidak setuju dan 3.3 % menyatakan sangat setuju.

C. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

1. Uji Validitas Instrumen

Validitas adalah ketepatan atau kecermatan suatu instrument dalam melakukan pengukuran. Untuk mengetahui tingkat validitas, dilakukan tingkat uji signifikansi dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan nilai r_{tabel} . Untuk *degree of freedom* (df) = $n-k$ dalam hal ini n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah konstruk. Pada kasus ini, besarnya df dapat dihitung $90-2$ atau $df = 88$ dengan α 0,05 didapat r_{tabel} 0.210, Jika $r_{hitung} >$ dari r_{tabel} dan nilai r positif, maka butir atau

pertanyaan tersebut dikatakan valid.¹³ Adapun hasil pengujian validitas pada setiap variabel adalah sebagai berikut:¹⁴

a. Potensi

Pada variabel potensi terdiri dari 6 (enam) item pernyataan, di mana hasil uji validitas adalah *valid*, karena $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan bernilai positif.

b. Preferensi

Pada variabel preferensi terdiri dari 6 (enam) item pernyataan, di mana hasil uji validitas adalah *valid*, karena $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan bernilai positif.

c. Minat Menjadi Marketing

Pada variabel minat menjadi marketing terdiri dari 7 (tujuh) item pernyataan, di mana hasil uji validitas adalah *valid*, karena $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan bernilai positif.

2. Uji Reliabilitas Instrumen

Untuk melakukan uji reliabilitas dapat digunakan program SPSS dengan menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha*. Suatu instrumen dikatakan reliabel, apabila nilai yang didapat dalam proses pengujian dengan uji statistik *Cronbach Alpha* $> 0,60$. Sebaliknya jika *Cronbach Alpha* ditemukan angka koefisien lebih kecil ($< 0,60$), maka dikatakan tidak reliabel.¹⁵ Adapun hasil pengujian reliabilitas pada variabel adalah sebagai berikut :¹⁶

a. Potensi

Pada variabel potensi terdiri dari 6 (enam) item pernyataan, di mana hasil uji reliabilitas untuk variabel potensi adalah sebesar 0,701 $> 0,60$ dengan demikian pertanyaan tersebut dikatakan *reliabel*.

¹³ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Badan Penerbit UNDIP, Semarang, 2001, hlm. 135.

¹⁴ Untuk lebih jelas lihat di lampiran.

¹⁵ Masrukhin, *Statistik Inferensial Aplikasi Program SPSS*, Media Ilmu Press, Kudus, 2008, hlm. 15.

¹⁶ Untuk lebih jelas lihat di lampiran.

b. Preferensi

Pada variabel preferensi terdiri dari 6 (enam) item pernyataan, di mana hasil uji reliabilitas untuk variabel potensi adalah sebesar $0,706 > 0,60$ dengan demikian pertanyaan tersebut dikatakan *reliabel*.

c. Minat Menjadi marketing

Pada variabel minat menjadi marketing terdiri dari 7 (tujuh) item pernyataan, di mana hasil uji reliabilitas untuk variabel potensi adalah sebesar $0,729 > 0,60$ dengan demikian pertanyaan tersebut dikatakan *reliabel*.

D. Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Hasil perhitungan *coefficeient correlation* sebagai berikut:

Tabel 4.6

Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficient Correlations^a

Model			Preferensi	Potensi
1	Correlations	Preferensi	1.000	-.283
		Potensi	-.283	1.000
	Covariances	Preferensi	.020	-.005
		Potensi	-.005	.015

a. Dependent Variable: Minat

Sumber: Data primer yang diolah, 2016

Berdasarkan tabel 4.6 menunjukkan matrik korelasi variabel potensi dan preferensi menunjukkan koefisien variabel relatif rendah. Korelasi tertinggi terjadi yaitu dengan tingkat korelasi sebesar -0,283 atau sekitar

28,3%, karena masih di bawah 95% maka dapat dikatakan tidak terjadi multikolonieritas yang serius.

Tabel 4.7
Hasil Uji Multikolonieritas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	10.380	3.477		2.985	.004		
	Potensi	.320	.123	.262	2.605	.011	.920	1.087
	Preferensi	.390	.140	.279	2.775	.007	.920	1.087

a. Dependent Variable: Minat

Sumber: Data primer yang diolah, 2016

Berdasarkan hasil pengujian multikolonieritas yang dilakukan diketahui bahwa nilai *tolerance* variabel potensi dan preferensi masing-masing sebesar 0,920 dan 0,920 dan VIF masing-masing sebesar 1,087 dan 1,087. Hal ini menunjukkan bahwa tidak ada variabel bebas yang memiliki *tolerance* kurang dari 10 persen dan tidak ada variabel bebas yang memiliki nilai VIF lebih besar dari 10. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolonieritas antar variabel bebas dalam model regresi.

2. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode $t-1$. Adapun hasil pengujian autokorelasi adalah sebagai berikut:

Tabel 4.8
Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.434 ^a	.188	.170	2.79061	2.150

a. Predictors: (Constant), Preferensi, Potensi

b. Dependent Variable: Minat

Sumber: Data primer yang diolah, 2016

Hasil pengujian dengan menggunakan uji Durbin-Watson atas residual persamaan regresi diperoleh angka d-hitung sebesar 2,150 untuk menguji gejala autokorelasi maka angka d-hitung sebesar 2,150 tersebut dibandingkan dengan nilai d-teoritis dalam t tabel d-statistik. Dari tabel d-statistik Durbin Watson dengan titik signifikansi $\alpha = 5\%$ diperoleh nilai dl sebesar 1,6119 dan du sebesar 1,7026 karena hasil pengujiannya adalah $dl < dw < 4 - du$ ($1,6119 < 2,150 < 4 - 1,7026$), maka dapat disimpulkan bahwa data penelitian tidak ada autokorelasi positif.

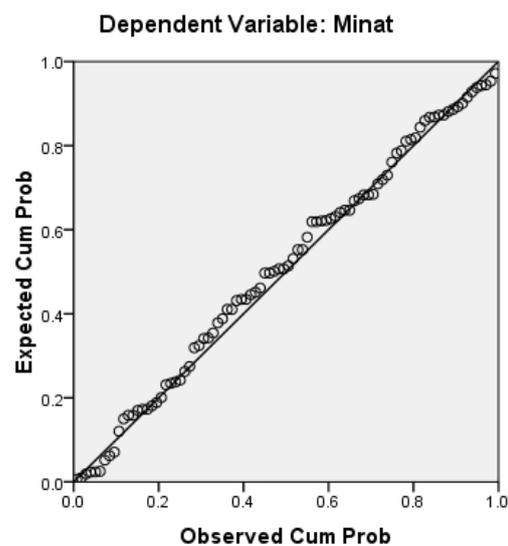
3. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Adapun hasil pengujian normalitas adalah sebagai berikut:

Gambar 4.1

Hasil Uji Normalitas dengan *Normal Probability Plot*

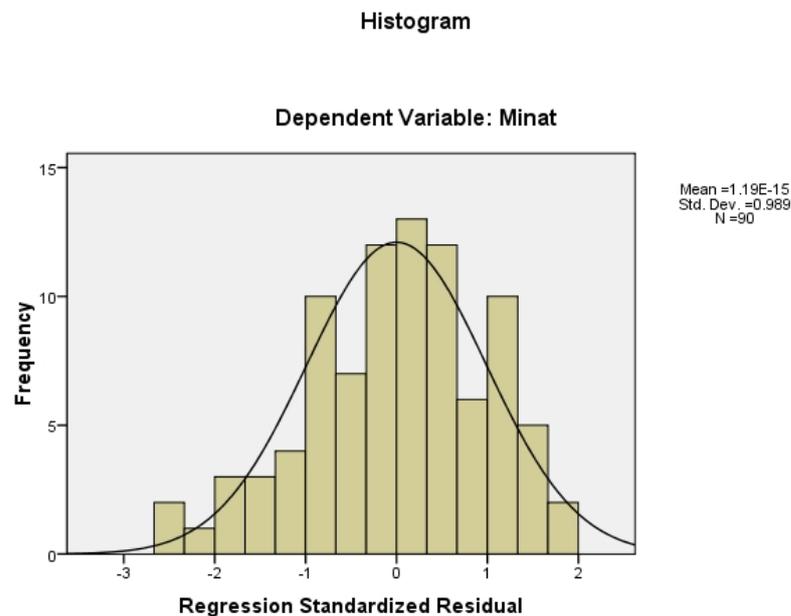
Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Sumber: Data primer yang diolah, 2016

Berdasarkan gambar 4.1 *Normal Probability Plot* menunjukkan bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah diagonal atau grafik histogram menunjukkan pola distribusi normal maka model regresinya memenuhi asumsi normalitas.

Gambar 4.2
Hasil Uji Normalitas dengan Histogram



Sumber: Data primer yang diolah, 2016

Selain itu juga dapat dilihat grafik histogram pada gambar 4.2, residual data telah menunjukkan kurva normal yang membentuk lonceng sempurna. Dengan demikian, data yang digunakan telah memenuhi asumsi klasik dan dapat dikatakan data terdistribusi normal.

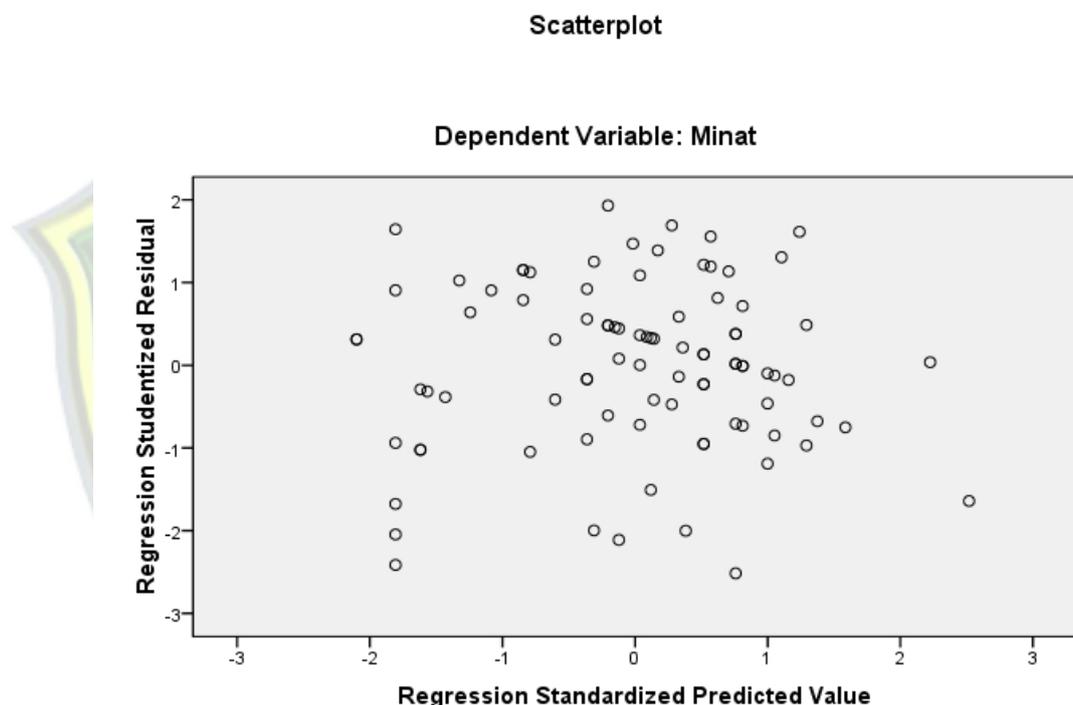
4. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas.

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilihat pada grafik *sactterplot* antara SRESID dan ZPRED di mana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual (Y

prediksi – Y sesungguhnya) yang telah di-*studentized*. Sedangkan dasar pengambilan keputusan untuk uji heteroskedastisitas adalah :

Gambar 4.3
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data primer yang diolah, 2016

Berdasarkan gambar 4.3 menunjukkan bahwa tidak terdapat pola yang jelas serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Jadi, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

E. Hasil Analisis Data

1. Analisis Regresi Berganda

Analisis ini dilakukan untuk menguji hipotesis dari penelitian yang telah dirumuskan sebelumnya, yaitu untuk mengetahui apakah ada

pengaruh antara variabel potensi dan preferensi mahasiswa terhadap minat menjadi marketing di perbankan syariah, maka dapat diketahui hasilnya pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.9
Hasil Analisis Regresi Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	10.380	3.477		2.985	.004		
	Potensi	.320	.123	.262	2.605	.011	.920	1.087
	Preferensi	.390	.140	.279	2.775	.007	.920	1.087

a. Dependent Variable: Minat

Sumber: Data primer yang diolah, 2016

Berdasarkan hasil analisis regresi berganda pada table di atas diperoleh koefisien untuk variabel bebas $X_1 = 0.320$, $X_2 = 0.390$ dan konstanta sebesar 10.380 sehingga model persamaan regresi yang diperoleh adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$Y = 10.380 + 0.320X_1 + 0.390 X_2$$

Di mana :

Y = Variabel dependen (Minat Menjadi Marketing)

X_1 = Variabel independen (Potensi)

X_2 = Variabel independen (Preferensi)

Dari persamaan tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa :

- a. Konstanta sebesar 10.380 memberikan arti bahwa jika variabel potensi (X_1) dan variabel preferensi (X_2) nilainya adalah 0 maka minat menjadi marketing (Y) nilainya adalah sebesar 10.380.
- b. Koefisien regresi variabel potensi (X_1) sebesar 0,320 artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan potensi mengalami kenaikan satu, maka minat menjadi marketing (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,320. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara potensi dengan minat menjadi marketing, semakin meningkat potensi maka semakin meningkat minat menjadi marketing.
- c. Koefisien regresi variabel preferensi (X_2) sebesar 0,390 artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan potensi mengalami kenaikan satu, maka minat menjadi marketing (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,390. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara preferensi dengan minat menjadi marketing, semakin meningkat preferensi maka semakin meningkat minat menjadi marketing.

2. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Uji signifikansi parameter individual ini yang terdapat dalam hasil perhitungan statistik ditunjukkan dengan t hitung. Tabel distribusi t dicari pada derajat kebebasan (df)= $n-k-1$. (n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah variabel independen). Sehingga t_{tabel} diperoleh $df = (90 - 2 - 1)$ dengan signifikansi 5% adalah 1,988. Secara lebih rinci hasil t_{hitung} dijelaskan dalam tabel berikut ini:

Tabel 4.10
Hasil Analisis Uji T (Parsial)

		Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	10.380	3.477		2.985	.004		
	Potensi	.320	.123	.262	2.605	.011	.920	1.087
	Preferensi	.390	.140	.279	2.775	.007	.920	1.087

a. Dependent Variable: Minat

Sumber: Data primer yang diolah, 2016

a. Pengaruh potensi terhadap minat menjadi marketing di Perbankan Syariah

Hasil pengujian statistik potensi terhadap minat menjadi marketing menunjukkan nilai t_{hitung} 2,605 dengan nilai t_{tabel} 1,988 ini berarti nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($2,605 > 1,988$) maka H_0 ditolak artinya secara parsial potensi berpengaruh terhadap minat menjadi marketing di perbankan syariah. T_{hitung} positif artinya potensi berpengaruh positif terhadap minat menjadi marketing di perbankan syariah.

b. Pengaruh preferensi terhadap minat menjadi marketing di Perbankan Syariah

Hasil pengujian statistik preferensi terhadap minat menjadi marketing menunjukkan nilai t_{hitung} 2,775 dengan nilai t_{tabel} 1,988 ini berarti nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($2,775 > 1,988$) maka H_0 ditolak artinya secara parsial preferensi berpengaruh terhadap minat menjadi marketing di perbankan syariah. T_{hitung} positif artinya preferensi berpengaruh positif terhadap minat menjadi marketing di perbankan syariah.

3. Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Uji F digunakan untuk menjawab pertanyaan apakah variabel independen secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, sebaliknya jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Tabel distribusi F dicari pada derajat kebebasan (df)= $n-k-1$ (n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah variabel independen). Sehingga t_{tabel} diperoleh $df = (90 - 2 - 1)$ dengan signifikansi 5% adalah 3,101. Secara lebih rinci hasil t_{hitung} dijelaskan dalam tabel berikut ini:

Tabel 4.11
Hasil Analisis Uji F

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	157.207	2	78.603	10.094	.000 ^a
	Residual	677.515	87	7.788		
	Total	834.722	89			

a. Predictors: (Constant), Preferensi, Potensi

b. Dependent Variable: Minat

Sumber: Data primer yang diolah, 2016

Dari hasil uji F diperoleh F_{hitung} sebesar 10,094 dengan tingkat signifikansi $0,00 < 0,05$. Karena $F_{hitung} >$ dari F_{tabel} ($10,094 > 3,101$) maka H_0 ditolak, artinya potensi dan preferensi secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat menjadi marketing di perbankan syariah.

4. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah diantara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan

variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Adapun hasil uji koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.12
Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.434 ^a	.188	.170	2.79061	2.150

a. Predictors: (Constant), Preferensi, Potensi

b. Dependent Variable: Minat

Sumber: Data primer yang diolah, 2016

Dari hasil tabel 4.12, dapat dilihat bahwa besarnya Adjusted R Square 0.170, hal ini berarti 17% variasi minat menjadi marketing dapat dijelaskan oleh variasi kedua variabel independen, potensi dan preferensi dan sisanya ($100\% - 17\% = 83\%$) dijelaskan oleh sebab-sebab yang lain seperti *salary*, *prestise* dan tantangan. *Standart Error of Estimate* (SEE) sebesar 2.790 semakin kecil SEE akan membuat model regresi semakin tepat memprediksi variabel dependen.

F. Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil analisis regresi yang dilakukan dalam penelitian ini, maka dapat dijelaskan hal-hal sebagai berikut :

1. Pengaruh Potensi terhadap Minat Menjadi Marketing di Perbankan Syariah

Variabel potensi mahasiswa (X1) mempunyai pengaruh terhadap minat menjadi marketing di perbankan syariah yaitu sebesar 0,320. Hal ini

menyatakan bahwa setiap terjadi peningkatan potensi akan meningkatkan minat menjadi marketing sebesar 0,320. Selain itu juga dibuktikan dengan hasil hipotesis yang ternyata nilai t_{hitung} lebih besar jika dibandingkan dengan nilai t_{tabel} ($2,605 > 1,988$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga hipotesis pertama H_a diterima, bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara potensi mahasiswa terhadap minat menjadi marketing di perbankan syariah. Hasil pengujian regresi berganda diperoleh nilai koefisien regresi sebesar 0,320 dengan nilai signifikansi $0,011 < 0,05$ artinya potensi berpengaruh positif terhadap minat menjadi marketing, hal ini menunjukkan bahwa semakin baik potensi maka minat menjadi marketing akan meningkat.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh penulis menunjukkan hasil yang signifikan, sebagaimana penelitian yang dilakukan oleh Aprillina, Irawan Suntoro, Yunisca Nurmalis tentang "*Pengaruh Potensi dan Aktualisasi Diri terhadap Minat Siswa Menjadi Pengurus OSIS*" yang menyatakan bahwa potensi berpengaruh terhadap minat siswa menjadi pengurus OSIS sebesar 51,2 %.

2. Pengaruh Preferensi Mahasiswa terhadap Minat Menjadi Marketing di Perbankan Syariah

Variabel preferensi mahasiswa (X_2) mempunyai pengaruh terhadap minat menjadi marketing di perbankan syariah yaitu sebesar 0,390. hal ini menyatakan bahwa setiap terjadi peningkatan potensi akan meningkatkan minat menjadi marketing sebesar 0,390. Selain itu juga dibuktikan dari hasil hipotesis yang ternyata nilai t_{hitung} lebih besar jika dibandingkan dengan nilai t_{tabel} ($2,775 > 1,988$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga hipotesis kedua H_a diterima, bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara preferensi mahasiswa terhadap minat menjadi marketing di perbankan syariah. Hasil pengujian regresi berganda diperoleh nilai koefisien regresi sebesar 0,390 dengan nilai signifikansi $0,007 < 0,05$ artinya potensi berpengaruh positif terhadap Minat menjadi

marketing, hal ini menunjukkan bahwa semakin meningkat preferensi maka minat menjadi marketing akan meningkat.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh penulis menunjukkan hasil yang signifikan, sebagaimana penelitian yang dilakukan oleh Susilo Setyawan dan Epi Fitriah tentang “*Pengaruh Preferensi Mahasiswa Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Bandung (Unisba) terhadap Loyalitas di Bank Syariah Bandung*” yang menyatakan bahwa preferensi mahasiswa program studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Bandung berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas bank syariah sebesar 0,458.

3. Pengaruh Potensi dan Preferensi Mahasiswa terhadap Minat Menjadi Marketing di Perbankan Syariah

Berdasarkan hasil uji F diperoleh F_{hitung} sebesar 10,094 dengan tingkat signifikansi menggunakan 0,05. Karena $F_{hitung} >$ dari F_{tabel} ($10,094 > 3,101$) sehingga H_0 ditolak, artinya potensi dan preferensi secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat menjadi marketing di perbankan syariah.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh penulis menunjukkan hasil yang signifikan, sebagaimana penelitian yang dilakukan oleh Ari Pradanawati tentang “*Potensi dan Preferensi terhadap Perilaku Memilih Pegadaian Syariah*” yang menyatakan bahwa potensi dan preferensi berpengaruh terhadap perilaku memilih pegadaian syariah.

Dalam penelitian ini hasil analisis regresi linier berganda (*linier multiple regression*) dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (*coffisient of determination*) yang dinotasikan dengan Adjusted R Square besarnya 0.170. ini berarti variabel potensi mahasiswa (X1) dan preferensi mahasiswa (X2) yang diturunkan dalam model sebesar 17% atau dengan kata lain sumbangan efektif (kontribusi) variabel independen terhadap Minat menjadi marketing di Perbankan Syariah (Y) 17%. Jadi sisanya sebesar 83% minat menjadi marketing di Perbankan Syariah dijelaskan

oleh variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini yaitu *salary*, *prestise* dan tantangan.

Hasil penelitian ini memberikan bukti empirik bahwa potensi dan preferensi mahasiswa ekonomi di Kudus angkatan 2011 dan 2012 pada minat menjadi marketing setelah mendapat materi tentang manajemen pemasaran di bangku kuliah dan telah melakukan Praktek Pengalaman Lapangan (PPL) maupun Kuliah Kerja Lapangan (KKL) dapat mempengaruhi minat mereka dalam bekerja menjadi marketing di Perbankan Syariah, karena sedikit banyak mereka sudah mengetahui tentang pemasaran, dari segi teori maupun praktik.

