

## BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### A. Hasil Penelitian

#### 1. Gambaran Umum Objek Penelitian

##### a. Sejarah Berdirinya IAIN Kudus

Institut Agama Islam Negeri Kudus atau yang dikenal dengan singkatan IAIN Kudus lahir dari suatu proses sejarah panjang. Keberadaannya tidak dapat terpisahkan dari sejarah Perguruan Tinggi Islam Negeri di Indonesia yang dimana ditahun 1960 terdapat gabungan Perguruan Tinggi Agama Islam Negeri (PTAIN) di Yogyakarta dengan ADIA (Akademi Dinas Ilmu Agama) di Jakarta membentuk IAIN dengan panggilan pertama adalah *al-Jami'ah al-Hukumiyah*.

Sejarah mulanya, Institut Agama Islam Negeri Kudus merupakan relokasi Jurusan Perbandingan Agama dari Fakultas Ushuludin di IAIN Walisongo di Semarang. Selain tetap menjalankan fungsinya sebagai lembaga pendidikan Fakultas Ushuluddin Kudus, dengan segala upaya mencoba untuk tetap mengusahakan adanya lembaga pendidikan tinggi negeri di Kota Kudus. Maka, pimpinan Fakultas melalui Rektor IAIN Walisongo, mengusulkan kepada Menteri Agama agar di Kota Kudus didirikan Perguruan Tinggi Negeri dengan format kelembagaan yang berbeda dengan fakultas yaitu Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri.

Tanggal 23 Agustus 1996 Dirjen BINBAGA Islam mengeluarkan surat edaran Nomor: EIII/OT.00/A2/1804/1996 mengenai Penyiapan Bahan untuk Penataan Kelembagaan yang ditujukan kepada Rektor dan Dekan Fakultas Daerah (di luar induk) di Indonesia dalam mempersiapkan dokumen permulaan rencana pendirian sekolah tinggi. Surat edaran tersebut memberikan peluang dan tantangan tersendiri bagi STAIN Kudus untuk terus berkembang, maka dibentuklah susunan panitia yang terdiri dari panitia kecil dan panitia pendiri yang memiliki tugas untuk mempersiapkan semua dokumen sesuai pada edaran surat yang diedarkan Dirjen BINBAGA.

Berdasarkan surat Dirjen DIKTI DEPDIKBUD Nomor: 2909/p/T/96, yang berisi Persetujuan Perubahan

Pendirian 37 Fakultas Daerah menjadi Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri, maka pada tanggal 26 November 1996, Dirjen BINBAGA Islam Departemen Agama RI mengeluarkan surat yang menyatakan bahwa Proposal Pendirian STAIN Kudus diterima, karena STAIN Kudus menduduki nomor urutan 14 dari 37 Fakultas Daerah. Selanjutnya, STAIN Kudus melakukan penguatan hukum dengan memenuhi dokumen-dokumen sesuai yang diminta oleh Dirjen BINBAGA Islam No: E/PP.00.9/AZ/438/97. Setelah itu, keluarlah Keppres RI Nomor 11 tentang Pendirian STAIN pada Maret 1997 dibarengi dengan Drs. H. Muslim A. Kadir, MA. dilantik menjadi pimpinan sementara STAIN Kudus dengan KMA No: E/125/1997. Selanjutnya, keluar surat edaran lainnya di tahun 1997 juga yaitu: KMA mengenai Struktur Organisasi STAIN Kudus serta SK Menteri Agama Nomor 383 Tahun 1997 mengenai Kurikulum Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Kudus dan secara teknisnya. Dan Surat Dirjen BINBAGA Islam Departemen Agama RI Nomor: E/136/1997 yang mengatur mengenai Alih Status dan Fakultas Daerah menjadi STAIN.

Berdirinya Sekolah Tinggi Islam Negeri Kudus mendapat respon yang positif dan terus meningkat dari masyarakat sekitar hingga sekarang. Tahun 2018 Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Kudus bertransformasi menjadi IAIN Kudus pada 7 April 2018 dengan Perpres Tahun 2018 Nomer 27. Dr. H. Mundakir, M.Ag. di lantik menjadi pimpinan perguruan tinggi Institut Agama Islam Negeri Kudus sesuai dengan KMA RI No. B.II/3/15450. Desember 2018, terbitlah Peraturan Menteri Agama RI No. 33 Tahun 2018 mengenai Organisasi dan Tata Kerja IAIN Kudus di Institut Agama Islam Negeri Kudus, yang dulunya hanya ada 5 Jurusan dan Pascasarjana sekarang di IAIN Kudus terdapat enam Fakultas dan Pascasarjana. Setelah itu, pada 2 Februari 2019, terbit Peraturan Menteri Agama RI No.1 Tahun 2019 tentang STATUTA IAIN Kudus yang menjadi dasar tata kelola untuk semua organ kelembagaan IAIN Kudus.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Nor Hadi dkk, *Pedoman Akademik Program Sarjana IAIN Kudus*, (Kudus: IAIN Kudus), 11-15

## b. Lokasi IAIN Kudus

IAIN Kudus memiliki letak geografis berada di wilayah Kudus tepatnya berada di desa Ngembalrejo yaitu di jalan Conge Ngembalrejo PO BOX 51, kecamatan Bae, kabupaten Kudus, provinsi Jawa Tengah 59322, Indonesia. IAIN Kudus merupakan Perguruan Tinggi Agama Islam Negeri (PTAIN) di wilayah Pantai Utara (Pantura) dibagian Jawa Tengah yang lokasinya dikelilingi oleh tujuh kabupaten yaitu kabupaten Kudus, kabupaten Jepara, kabupaten Demak, kabupaten Pati, kabupaten Grobogan, kabupaten Rembang, kabupaten Blora, dan kabupaten Tuban Jawa Timur.<sup>2</sup>

IAIN Kudus terbagi atas dua lokasi kampus yaitu kampus bagian timur jalan dan kampus bagian barat jalan. Kampus bagian timur jalan, lingkungan ini dipergunakan sebagai gedung rektorat, gedung perkuliahan, perpustakaan, gedung laboratorium, ma'had, lapangan, gor, masjid, gedung pascasarjana, gedung perkantoran, dan lainnya. Kampus bagian barat jalan, lingkungan ini dipergunakan sebagai gedung perkuliahan, gedung perkantoran, gedung kantor jurusan, musholla, kantor pusat kemahasiswaan (SEMA,DEMA, HMJ, UKM-UKM, KOPMA), dan lainnya.<sup>3</sup>

## c. Program Studi IAIN Kudus

IAIN Kudus memiliki 2 program sarjana yaitu jenjang sarjana (S1) dan jenjang pascasarjana (S2) dengan beragam prodi, yaitu:<sup>4</sup>

**Tabel 4.1. Program Studi IAIN Kudus**

Jenjang S1 dan S2	Program Studi
	1) Pendidikan Agama Islam (PAI)
	2) Pendidikan Bahasa Arab (PBA)
	3) Pendidikan Islam Anak Usia Dini (PIAUD)
	4) Pendidikan Guru MI (PGMI)

<sup>2</sup> IAIN Kudus, "Profil IAIN Kudus," diakses pada tanggal 14 Februari, 2021. <https://iainkudus.ac.id>.

<sup>3</sup> Nor Hadi dkk, *Pedoman Akademik Program Sarjana IAIN Kudus*, 22-23.

<sup>4</sup> Nor Hadi dkk, *Pedoman Akademik Program Sarjana IAIN Kudus*, 21-22.

<b>Fakultas Tarbiyah</b>	5) Tadrís Bahasa Inggris (TBI)
	6) Tadrís Ilmu Pengetahuan Alam (TIPA)
	7) Tadrís Ilmu Pengetahuan Sosial (TIPS)
	8) Tadrís Biologi (TB)
	9) Tadrís Matematika (TM)
	10) Bimbingan dan Konseling Pendidikan Islam (BKPI)
<b>Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam</b>	1) Bimbingan Konseling Islam (BKI)
	2) Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)
	3) Pengembangan Masyarakat Islam (PMI)
	4) Manajemen Dakwah (MD)
	5) Pemikiran Politik Islam (PPI)
<b>Fakultas Ushuluddin</b>	1) Ilmu Alquran dan Tafsir (IQT)
	2) Ilmu Hadis (IH)
	3) Tasawuf dan Psikoterapi (TP)
	4) Akidah dan Filsafat Islam (AFI)
<b>Fakultas Syariah</b>	1) Hukum Keluarga Islam (HKI)
	2) Hukum Ekonomi Syariah (HES)
<b>Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam</b>	1) Ekonomi Syariah (ES)
	2) Manajemen Bisnis Syariah (MBS)
	3) Akutansi Syariah (AKSYA)
	4) Perbankan Syariah (PS)
	5) Manajemen Zakat dan Wakaf (MZW)
<b>Pascasarjana (S2)</b>	1) Magister Manajemen Pendidikan Islam (MPI)
	2) Magister Ekonomi Syariah (ES)
	3) Magister Hukum Keluarga Islam (HKI)

**d. Visi, Misi, dan Tujuan IAIN Kudus**

Institut Agama Islam Negeri Kudus ialah perguruan tinggi Islam yang berpegang teguh menjadi ladang perumusan nilai keilmuan dan teknologi ke-Islaman sesuai kemanusiaan dan keadaban dan selaras dengan tujuan syariat Islam. Visi Institut Agama Islam Negeri Kudus yaitu :

“Menjadi perguruan tinggi Islam unggul di bidang pengembangan ilmu Islam terapan.”

Misi dari Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kudus yaitu sebagai berikut:

“Menyelenggarakan tridharma perguruan tinggi untuk menghasilkan sarjana dengan keilmuan Islam yang humanis, aplikatif, dan produktif.”

Tujuan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kudus antara lain yaitu:

- 1) Memberikan akses pendidikan tinggi yang terjangkau dan berkualitas bagi masyarakat;
- 2) Menghasilkan karya penelitian yang tepat guna dan berdaya guna untuk menyelesaikan permasalahan akademis dan sosial keagamaan bagi kepentingan keindonesiaan dan kemanusiaan;
- 3) Menghadirkan karya pengabdian yang kreatif, inovatif, dan solutif atas persoalan keagamaan, kemasyarakatan dan kebangsaan.<sup>5</sup>

#### e. Struktur Organisasi IAIN Kudus

Struktur organisasi kepemimpinan IAIN Kudus adalah sebagai berikut:<sup>6</sup>

**Tabel 4.2. Struktur Organisasi IAIN Kudus**

<b>Nama</b>	<b>Jabatan</b>
Dr. H. Mundakir, M.Ag.	Rektor
Dr. H. Supa'at, M.Pd.	Wakil Rektor I
Dr. Nor Hadi, SE, M.Si, Akt. C.A.	Wakil Rektor II
Dr. H. Ihsan, M.Ag.	Wakil Rektor III
<b>Fakultas Tarbiyah</b>	
Dr. H. Abdul Karim, M.Pd.	Dekan
Drs. Ulin Nuha, M.Pd.	Wakil Dekan I
H. Zaenal Khafidin, M. Ag.	Wakil Dekan II
Dr. Agus Retnanto, M.Pd.	Wakil Dekan III
<b>Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam</b>	
Dr. Masturin, M.Ag.	Dekan

<sup>5</sup> IAIN Kudus, “Profil IAIN Kudus,” diakses pada tanggal 14 Februari, 2021. <https://iainkudus.ac.id>.

<sup>6</sup> Nor Hadi dkk, *Pedoman Akademik Program Sarjana IAIN Kudus*, 19-20.

Dr. Saliyo, S.Ag., M.Si.	Wakil Dekan I
Dr. H. Zumrodi, M.Ag.	Wakil Dekan II
<b>Fakultas Ushuluddin</b>	
Dr. H. Masrukhin, S.Ag., M.Pd.	Dekan
Shofaussamawati, M.S.I.	Wakil Dekan I
Drs. H. Mohammad Afif, M.Pd.I.	Wakil Dekan II
<b>Fakultas Syariah</b>	
Dr. Any Ismayawati, S.H., M.Hum	Dekan
Abdul Haris Na'im, S.Ag., M.H.	Wakil Dekan I
Dr. H. Ahmad Atabik, Lc., M.S.I.	Wakil Dekan II
<b>Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam</b>	
Dr. Supriyadi, S.H., M.H	Dekan
Dr. Hj. Anita Rahmawaty, M.Ag.	Wakil Dekan I
Dr. H. Solikhul Hadi, M.Ag.	Wakil Dekan II
Dr. Ekawati Rahayu Ningsih, S.H.,M.M.	Kaprodi MBS
Surepno, M.Si.	Kaprodi ES
Tina Martini, S.E.,M.Si.	Kaprodi AKSYA
Kharis Fadlullah Hana, M.E.	Kaprodi PS
Moh. Nurul Qomar, M.El.	Kaprodi MZW
<b>Pascasarjana</b>	
Dr. H. Abdurrohman Kasdi, Lc., M.Si.	Direktur
Dr. Adri Efferi, M.Ag.	Wakil Direktur
<b>Badan Pertimbangan (Senat)</b>	
Drs. H. Ahmad Fauzan, M.Ag.	Ketua
Drs. H. Umar, Lc., M.Ag.	Sekretaris
<b>Badan Satuan Pengawas Internal (SPI)</b>	
Primi Rohimi, S.Sos., M.S.I	Ketua
Suciati, M.Pd.	Sekretaris
<b>Biro</b>	
Dr. H. Karsa Sukarsa, M.M.	Kabiro AUAK
<b>Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat</b>	
H. Mohammad Dzofir, M.Ag.	Ketua
Dr. Fuad Munajat, M.A.	Sekretaris
<b>Lembaga Penjaminan Mutu</b>	
Dr. Nur Aris, M.Ag.	Ketua
M. Arif Hakim, M.Ag.	Sekretaris
<b>Pusat</b>	

H. Wahibur Rokhman, S.E., M.Si., Ph.D.	Publikasi Ilmiah
H. Nur Said, M.A. M.Ag.	Studi Gender dan Anak
Dr. Makmum Mukmin, M.Ag.	Studi Islam Terapan
H. Ahmad Hamdani, Lc. M.A	Bantuan Hukum dan Sertifikasi Halal
Dr. Hj. Nur Mahmudah, M.Ag.	Studi Alqur'an
Sanusi M.Pd.	Audit Mutu Internal
Taufikin M.Pd.	Pengembangan Standar dan Akreditasi
Manijo, M.Pd.	Pengembangan Kurikulum dan Pembelajaran
<b>UPT</b>	
Suhadi, M.S.I	Bahasa
Anisa Listiana, M.Ag.	Perpustakaan
Slamet Siswanto, M.Kom.	TIPD
Drs.H. Abdul Wahib Syakour, M.Pd.I.	Ma'had Aljami'ah

#### f. Prasarana IAIN Kudus

Institut Agama Islam Negeri di Kudus menyediakan berbagai macam fasilitas prasarana di bidang akademik ataupun non-akademik yang bisa diakses masyarakat umum yang ada di kampus yaitu perpustakaan, PIAUD, laborat bahasa, laborat untuk kegiatan akademik (*mini bank*, *microteaching*, dan lainnya), pusat UKM, sarana olahraga serta kesenian, tempat ibadah (masjid dan mushola), klinik kesehatan, asrama mahasiswa, KOPMA, GOR.<sup>7</sup>

## 2. Analisis Data

### a. Deskripsi Responden

Deskripsi responden merupakan tahap awal yang perlu dilakukan dalam mengetahui bagaimana gambaran umum data yang telah dikumpulkan dari responden. Penelitian ini menggunakan responden mahasiswa program studi perbankan syariah IAIN Kudus angkatan 2017-2019 dengan sampel sebanyak 76 orang dari total populasi

<sup>7</sup> Nor Hadi dkk, *Pedoman Akademik Program Sarjana IAIN Kudus*, 23-25.

sebanyak 308 orang. Analisis deskripsi responden yang dikumpulkan yaitu sebagai berikut:

- 1) Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

**Tabel 4.3. Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Jumlah Responden</b>	<b>Persentase (%)</b>
Laki-laki	13	17,1
Perempuan	63	82,9
<b>Jumlah</b>	<b>76</b>	<b>100</b>

Sumber: Data kuesioner, diolah 2021

Tabel 4.3 menunjukkan bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini adalah berjenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 63 orang atau 82,9% dan sisanya 13 orang atau 17,1% adalah responden berjenis kelamin laki-laki.

- 2) Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

**Tabel 4.4. Distribusi Responden Berdasarkan Umur**

<b>Umur</b>	<b>Jumlah Responden</b>	<b>Persentase (%)</b>
< 21 Tahun	28	36,8
21- 22 Tahun	46	60,6
> 22 Tahun	2	2,6
<b>Jumlah</b>	<b>76</b>	<b>100</b>

Sumber: Data kuesioner, diolah 2021

Tabel 4.4 menunjukkan bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini adalah pada kelompok umur 21-22 tahun sebanyak 46 orang atau 60,6%. Kelompok umur kurang dari 21 tahun sebanyak 28 orang atau 36,8%. Sisanya kelompok umur lebih dari 22 tahun yaitu sebanyak 2 orang atau 2,6%. Hal ini menunjukkan bahwa responden mahasiswa program studi perbankan syariah angkatan 2017-2019 yang menggunakan jasa perbankan syariah sebagian besar berusia diantara umur 21 sampai 22 tahun.

- 3) Karakteristik Responden Berdasarkan Tahun Angkatan

**Tabel 4.5. Distribusi Responden Berdasarkan Tahun Angkatan**

<b>Tahun</b>	<b>Jumlah Responden</b>	<b>Persentase (%)</b>
2017	22	29
2018	26	34,2
2019	28	36,8
<b>Jumlah</b>	<b>76</b>	<b>100</b>

Sumber: Data kuesioner, diolah 2021

Tabel 4.5 menunjukkan bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini berada pada angkatan tahun 2019 yaitu sebanyak 28 orang atau 36,8%. Angkatan tahun 2018 yaitu sebanyak 26 orang atau 34,2%. Sisanya pada angkatan tahun 2017 yaitu sebanyak 22 orang atau 29%.

- 4) Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan

**Tabel 4.6. Distribusi Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan**

<b>Pengeluaran Perbulan</b>	<b>Jumlah Responden</b>	<b>Persentase (%)</b>
< Rp 1.000.000	45	59,2
Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000	23	30,3
> Rp 2.000.000	8	10,5
<b>Jumlah</b>	<b>76</b>	<b>100</b>

Sumber: Data kuesioner, diolah 2021

Tabel 4.6 menunjukkan bahwa responden dalam penelitian ini yang memiliki pengeluaran perbulan terbanyak adalah kurang dari Rp 1.000.000 yaitu sebanyak 45 orang atau 59,2%. Pengeluaran perbulan yang berkisar antara Rp 1.000.000 sampai Rp 2.000.000 sebanyak 23 orang atau 30,3%. Responden yang memiliki pengeluaran lebih dari Rp 2.000.000 sebanyak 8 orang atau 10,5%.

- 5) Karakteristik Responden Berdasarkan Nasabah Perbankan Syariah

**Tabel 4.7. Distribusi Responden Berdasarkan Nasabah di Perbankan Syariah**

Nasabah	Jumlah Responden	Persentase (%)
Ya	76	100
Tidak	0	0
<b>Jumlah</b>	<b>76</b>	<b>100</b>

Sumber: Data kuesioner, diolah 2021

Tabel 4.7 menunjukkan bahwa responden yang diambil dalam penelitian ini adalah responden yang menjadi nasabah di Perbankan syariah dengan jumlah responden sebanyak 76 orang atau 100%.

**b. Deskripsi Data Kuesioner Penelitian**

Distribusi hasil masing-masing jawaban responden tentang preferensi mahasiswa terhadap atribut perbankan syariah yang terdiri dari reputasi Islam, teknologi informasi, kualitas jasa, dan produk dapat dilihat dalam tabel berikut ini:

**Tabel 4.8. Distribusi Hasil Jawaban Responden**

Variabel	Item	STS		TS		N		S		SS	
		∑	%	∑	%	∑	%	∑	%	∑	%
Reputasi Islam (X1)	X1.1	0	0	9	11,8	14	18,4	39	51,3	14	18,4
	X1.2	0	0	4	5,3	11	14,5	41	53,9	20	26,3
	X1.3	0	0	2	2,6	15	19,7	46	60,5	13	17,1
	X1.4	0	0	2	2,6	8	10,5	44	57,9	22	28,9
	X1.5	0	0	2	2,6	5	6,6	45	59,2	24	31,6
	X1.6	0	0	0	0	17	22,4	44	57,9	15	19,7
Teknologi Informasi (X2)	X2.1	2	2,6	14	18,4	14	18,4	26	34,2	20	26,3
	X2.2	0	0	0	0	4	5,3	41	53,9	31	40,8
	X2.3	0	0	2	2,6	13	17,1	39	51,3	22	28,9

Kualitas Jasa (X3)	X3.1	0	0	3	3,9	1	1,3	41	53,9	31	40,8
	X3.2	0	0	1	1,3	1	1,3	44	57,9	30	39,5
	X3.3	0	0	6	7,9	0	0	39	51,3	31	40,8
	X3.4	0	0	3	3,9	2	2,6	41	53,9	30	39,5
	X3.5	0	0	2	2,6	5	6,6	38	50,0	31	40,8
Produk (X4)	X4.1	1	1,3	8	10,5	2	2,6	34	44,7	31	40,8
	X4.2	0	0	1	1,3	1	1,3	38	50,0	36	47,4
	X4.3	1	1,3	9	11,8	4	5,3	34	44,7	28	36,8
	X4.4	0	0	0	0	2	2,6	39	51,3	35	46,1
	X4.5	0	0	0	0	1	1,3	38	50,0	37	48,7
Preferensi (Y)	Y1	0	0	1	1,3	3	3,9	40	52,6	32	42,1
	Y2	1	1,3	2	2,6	1	1,3	36	47,4	36	47,4
	Y3	0	0	1	1,3	3	3,9	38	50,0	34	44,7
	Y4	0	0	2	2,6	0	0	38	50,0	36	47,4

Sumber: Data kuesioner, diolah 2021

1) Variabel Reputasi Islam (X1)

Berdasarkan tabel data diatas dapat diketahui bahwa: item (1) responden yang menjawab sangat tidak setuju 0, tidak setuju 9, netral 14, setuju 39, dan sangat setuju 14. Item (2) responden yang menjawab sangat tidak setuju 0, tidak setuju 4, netral 11, setuju 41, dan sangat setuju 20. Item (3) responden yang menjawab sangat tidak setuju 0, tidak setuju 2, netral 15, setuju 46, dan sangat setuju 13. Item (4) responden yang menjawab sangat tidak setuju 0, tidak setuju 2, netral 8, setuju 44, dan sangat setuju 22. Item (5) responden yang menjawab sangat tidak setuju 0, tidak

setuju 2, netral 5, setuju 45, dan sangat setuju 24. Item (6) responden yang menjawab sangat tidak setuju 0, tidak setuju 0, netral 17, setuju 44, dan sangat setuju 15. Maka dapat disimpulkan bahwa jawaban masing-masing responden mengenai item pertanyaan variabel reputasi Islam (X1) rata-rata memberikan tanggapan “setuju” lalu ada yang menanggapi “sangat setuju” adapun beberapa responden menanggapi pertanyaan “tidak setuju” dan “netral” akan tetapi lebih kecil dibandingkan pilihan “setuju” dan “sangat setuju”.

2) Variabel Teknologi Informasi (X2)

Berdasarkan tabel data diatas dapat diketahui bahwa: item (1) responden yang menjawab sangat tidak setuju 2, tidak setuju 14, netral 14, setuju 26, dan sangat setuju 20. Item (2) responden yang menjawab sangat tidak setuju 0, tidak setuju 0, netral 4, setuju 41, dan sangat setuju 31. Item (3) responden yang menjawab sangat tidak setuju 0, tidak setuju 2, netral 13, setuju 39, dan sangat setuju 22. Maka dapat disimpulkan bahwa jawaban masing-masing responden mengenai item pertanyaan variabel teknologi informasi (X2) bervariasi dimana rata-rata responden memberikan tanggapan “setuju” lalu ada yang menanggapi “sangat setuju”, adapun beberapa responden menanggapi pertanyaan “tidak setuju”, “netral”, bahkan ada yang “sangat tidak setuju” akan tetapi lebih kecil dibandingkan pilihan “setuju” dan “sangat setuju”.

3) Variabel Kualitas Jasa (X3)

Berdasarkan tabel data diatas dapat diketahui bahwa: item (1) responden yang menjawab sangat tidak setuju 0, tidak setuju 3, netral 1, setuju 41, dan sangat setuju 31. Item (2) responden yang menjawab sangat tidak setuju 0, tidak setuju 1, netral 1, setuju 44, dan sangat setuju 30. Item (3) responden yang menjawab sangat tidak setuju 0, tidak setuju 6, netral 0, setuju 39, dan sangat setuju 31. Item (4) responden yang menjawab sangat tidak setuju 0, tidak setuju 3, netral 2, setuju 41, dan sangat setuju 30. Item (5) responden yang menjawab sangat tidak setuju 0, tidak setuju 2, netral 5, setuju 38, dan sangat setuju 31. Maka dapat disimpulkan bahwa jawaban masing-

masing responden mengenai item pertanyaan variabel kualitas jasa (X3) rata-rata memberikan tanggapan “setuju” lalu ada yang menanggapi “sangat setuju” adapun beberapa responden menanggapi pertanyaan “tidak setuju” dan “netral” akan tetapi lebih kecil dibandingkan pilihan “setuju” dan “sangat setuju”.

4) Variabel Produk (X4)

Berdasarkan tabel data diatas dapat diketahui bahwa: item (1) responden yang menjawab sangat tidak setuju 1, tidak setuju 8, netral 2, setuju 34, dan sangat setuju 31. Item (2) responden yang menjawab sangat tidak setuju 0, tidak setuju 1, netral 1, setuju 38, dan sangat setuju 36. Item (3) responden yang menjawab sangat tidak setuju 1, tidak setuju 9, netral 4, setuju 34, dan sangat setuju 28. Item (4) responden yang menjawab sangat tidak setuju 0, tidak setuju 0, netral 2, setuju 39, dan sangat setuju 35. Item (5) responden yang menjawab sangat tidak setuju 0, tidak setuju 0, netral 1, setuju 38, dan sangat setuju 37. Maka dapat disimpulkan bahwa jawaban masing-masing responden mengenai item pertanyaan variabel produk (X4) bervariasi dimana rata-rata responden memberikan tanggapan “setuju” lalu ada yang menanggapi “sangat setuju”, adapun beberapa responden menanggapi pertanyaan “tidak setuju”, “netral”, bahkan ada yang “sangat tidak setuju” akan tetapi lebih kecil dibandingkan pilihan “setuju” dan “sangat setuju”.

5) Variabel Preferensi (Y)

Berdasarkan tabel data diatas dapat diketahui bahwa: item (1) responden yang menjawab sangat tidak setuju 0, tidak setuju 1, netral 3, setuju 40, dan sangat setuju 32. Item (2) responden yang menjawab sangat tidak setuju 1, tidak setuju 2, netral 1, setuju 36, dan sangat setuju 36. Item (3) responden yang menjawab sangat tidak setuju 0, tidak setuju 1, netral 3, setuju 38, dan sangat setuju 34. Item (4) responden yang menjawab sangat tidak setuju 0, tidak setuju 2, netral 0, setuju 38, dan sangat setuju 36. Maka dapat disimpulkan bahwa jawaban masing-masing responden mengenai item pertanyaan variabel

preferensi (Y) bervariasi dimana rata-rata responden memberikan tanggapan “setuju” lalu ada yang menanggapi “sangat setuju”, adapun beberapa responden menanggapi pertanyaan “tidak setuju”, “netral”, bahkan ada yang “sangat tidak setuju” akan tetapi lebih kecil dibandingkan pilihan “setuju” dan “sangat setuju”.

### c. Statistik Deskriptif

Uji statistik deskriptif dilakukan untuk mendeskripsikan tentang statistik data yang telah terkumpul seperti *min*, *max*, *mean*, standar deviasi, dan lainnya sehingga dapat mudah dipahami. Berikut ini tabel hasil uji statistik deskriptif yang diperoleh dengan menggunakan bantuan program SPSS 23:

**Tabel 4.9. Hasil Uji Statistik Deskriptif**

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Reputasi Islam	76	18	30	24.00	2.980
Teknologi Informasi	76	7	15	12.05	2.129
Kualitas Jasa	76	14	25	21.50	2.802
Produk	76	13	25	21.51	2.873
Preferensi	76	12	20	17.53	2.182
Valid N (listwise)	76				

Sumber: Data output SPSS 23, diolah 2021

Hasil dari tabel diatas dapat dilihat bahwa untuk variabel reputasi Islam jumlah data (N) adalah 76, nilai minimum reputasi Islam 18, nilai maksimum reputasi Islam 30, nilai rata-rata reputasi Islam 24,00 dan standar deviasinya adalah 2,980. Variabel teknologi informasi jumlah data (N) adalah 76, nilai minimum teknologi informasi 7, nilai maksimum teknologi informasi 15, nilai rata-rata teknologi informasi 12,05 dan standar deviasinya adalah 2,129. Variabel kualitas jasa jumlah data (N) adalah 76, nilai minimum kualitas jasa 14, nilai maksimum kualitas jasa 25, nilai rata-rata kualitas jasa 21,50 dan

standar deviasinya adalah 2,802. Variabel produk jumlah data (N) adalah 76, nilai minimum produk 13, nilai maksimum produk 25, nilai rata-rata produk 21,51 dan standar deviasinya adalah 2,873. Variabel preferensi jumlah data (N) adalah 76, nilai minimum preferensi 12, nilai maksimum preferensi 20, nilai rata-rata preferensi 17,53 dan standar deviasinya adalah 2,182.

#### d. Uji Kualitas Data Penelitian

##### 1) Uji Validitas

Uji validitas dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui item pertanyaan dalam kuesioner tersebut valid atau tidak. Peneliti melakukan uji validitas dengan menggunakan bantuan program SPSS 23. Kriteria dalam pengambilan keputusan yaitu dengan melihat nilai r-hitung pada masing-masing item pertanyaan. Apabila r-hitung  $>$  r-tabel, maka data dinyatakan valid. Nilai r-tabel pada penelitian ini, dimana sampel sebanyak 76 responden mahasiswa adalah 0,226. Berikut ini tabel hasil perhitungan uji validitas :

**Tabel 4.10. Hasil Uji Validitas Instrumen**

Variabel	Item Pertanyaan	Nilai r-hitung	Nilai r-tabel	Keterangan
Reputasi Islam (X1)	X1.1	0,757	0,226	Valid
	X1.2	0,633	0,226	Valid
	X1.3	0,741	0,226	Valid
	X1.4	0,608	0,226	Valid
	X1.5	0,611	0,226	Valid
	X1.6	0,699	0,226	Valid
Teknologi Informasi (X2)	X2.1	0,897	0,226	Valid
	X2.2	0,792	0,226	Valid
	X2.3	0,853	0,226	Valid
Kualitas Jasa (X3)	X3.1	0,799	0,226	Valid
	X3.2	0,887	0,226	Valid
	X3.3	0,747	0,226	Valid
	X3.4	0,759	0,226	Valid
	X3.5	0,819	0,226	Valid
Produk (X4)	X4.1	0,735	0,226	Valid
	X4.2	0,717	0,226	Valid

	X4.3	0,800	0,226	Valid
	X4.4	0,845	0,226	Valid
	X4.5	0,848	0,226	Valid
Preferensi (Y)	Y1	0,876	0,226	Valid
	Y2	0,763	0,226	Valid
	Y3	0,829	0,226	Valid
	Y4	0,825	0,226	Valid

Sumber: Data output SPSS 23, diolah 2021

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa masing-masing item pertanyaan memiliki nilai r-hitung lebih besar dari nilai r-tabel (0,226). Sehingga, dapat disimpulkan bahwa butir atau pertanyaan tersebut dinyatakan valid.

2) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dalam penelitian ini digunakan sebagai alat untuk mengukur jawaban responden terhadap pernyataan sudah konsisten atau tidak. Uji reliabilitas dilakukan melalui uji statistik dengan melihat nilai *cronbach alpha*. Kriteria pengambilan keputusan pada uji reliabilitas adalah menggunakan batasan 0,6 yaitu suatu instrumen atau variabel yang memiliki nilai *cronbach alpha* kurang dari 0,6 dinyatakan kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima dan diatas 0,8 adalah baik. Berikut tabel hasil uji reliabilitas instrumen yang dilakukan peneliti dengan menggunakan bantuan program SPSS 23 yaitu:

**Tabel 4.11. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen**

Variabel	Jumlah Item Pertanyaan	Cronbach Alpha	Keterangan
Reputasi Islam (X1)	6 item	0,759	Reliabel
Teknologi Informasi (X2)	3 item	0,768	Reliabel
Kualitas Jasa (X3)	5 i tem	0,852	Reliabel
Produk (X4)	5 item	0,806	Reliabel
Preferensi	4 item	0,834	Reliabel

(Y)			
-----	--	--	--

Sumber: Data output SPSS 23, diolah 2021

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa masing-masing variabel memiliki nilai *cronbach alpha* > 0,6 yang artinya bahwa semua variabel X1, X2, X3, X4, dan Y dapat dinyatakan reliabel.

#### e. Uji Asumsi Klasik

Analisis uji prasyarat dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan uji asumsi klasik sebagai salah satu syarat dalam menggunakan analisis regresi. Pengujiannya dapat dibagi dalam beberapa tahap pengujian yaitu sebagai berikut:

##### 1) Uji Normalitas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah data variabel bebas dan data variabel terikat dalam model regresi yang dihasilkan berdistribusi normal atau tidak. Menguji apakah data dalam penelitian ini berdistribusi normal atau tidak menggunakan metode uji Kolmogorov Smirnov dengan kriteria pengambilan keputusan apabila angka signifikansi (SIG) > 0,05 maka data dinyatakan berdistribusi normal, dan sebaliknya. Berikut ini hasil dari uji normalitas yaitu sebagai berikut:

**Tabel 4.12. Uji Normalitas**

	Unstandardized Residual
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,084

Sumber: Data output SPSS 23, diolah 2021

Berdasarkan hasil tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai signikansi (Asymp. Sig. 2-tailed) diperoleh sebesar 0,084 yang dimana lebih dari 0,05. Nilai signifikansi lebih dari 0,05, maka nilai residual data yang diperoleh dalam penelitian ini dinyatakan berdistribusi normal.

##### 2) Uji Multikolinieritas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah di dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Pengujian multikolinieritas dilakukan dengan melihat nilai *tolerance* dan nilai VIF

(*Variance Inflation Factors*) dengan kriteria pengambilan keputusan apabila nilai VIF kurang dari 10 dan nilai *tolerance* lebih dari 0,1 maka dinyatakan tidak terjadi gejala multikolinieritas dan sebaliknya. Berikut hasil uji multikolinieritas dapat dilihat dibawah ini yaitu:

**Tabel 4.13. Uji Multikolinieritas**

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
Reputasi Islam	0,693	1,443
Teknologi Informasi	0,523	1,914
Kualitas Jasa	0,577	1,733
Produk	0,544	1,839

Sumber: Data output SPSS 23, diolah 2021

Berdasarkan hasil tabel diatas dapat diketahui nilai VIF dan nilai *tolerance* untuk masing-masing variabel penelitian sebagai berikut:

- a) Nilai VIF untuk variabel reputasi Islam adalah sebesar  $1,443 < 10$  dan nilai *tolerance* sebesar  $0,693 > 0,1$  sehingga variabel reputasi Islam dinyatakan tidak terjadi gejala multikolinieritas.
  - b) Nilai VIF untuk variabel teknologi informasi adalah sebesar  $1,914 < 10$  dan nilai *tolerance* sebesar  $0,523 > 0,1$  sehingga variabel teknologi informasi dinyatakan tidak terjadi gejala multikolinieritas.
  - c) Nilai VIF untuk variabel kualitas jasa adalah sebesar  $1,733 < 10$  dan nilai *tolerance* sebesar  $0,577 > 0,1$  sehingga variabel kualitas jasa dinyatakan tidak terjadi gejala multikolinieritas.
  - d) Nilai VIF untuk variabel produk adalah sebesar  $1,839 < 10$  dan nilai *tolerance* sebesar  $0,544 > 0,1$  sehingga variabel produk dinyatakan tidak terjadi gejala multikolinieritas.
- 3) Uji Heteroskedastisitas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah di dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Pengujian heteroskedastisitas pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode uji glejser

dengan kriteria pengambilan keputusan yaitu apabila nilai signifikansi antara variabel independen dengan absolut residual lebih dari 0,05 maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas dan sebaliknya. Berikut dibawah ini terdapat tabel hasil dari uji heteroskedastisitas yang dilakukan dengan menggunakan program SPSS 23 yaitu:

**Tabel 4.14. Uji Heteroskedastisitas**

Model	Signifikansi
Reputasi Islam	0,922
Teknologi Informasi	0,838
Kualitas Jasa	0,997
Produk	0,501

Sumber: Data output SPSS 23, diolah 2021

Berdasarkan hasil tabel diatas dapat diketahui nilai signifikansi antara masing-masing variabel independen dengan absolut residual sebagai berikut:

- a) Nilai signifikansi variabel reputasi Islam adalah sebesar 0,922 lebih dari 0,05 maka dapat dinyatakan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas pada model regresi.
- b) Nilai signifikansi variabel teknologi informasi adalah sebesar 0,838 lebih dari 0,05 maka dapat dinyatakan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas pada model regresi.
- c) Nilai signifikansi variabel kualitas jasa adalah sebesar 0,997 lebih dari 0,05 maka dapat dinyatakan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas pada model regresi.
- d) Nilai signifikansi variabel produk adalah sebesar 0,501 lebih dari 0,05 maka dapat dinyatakan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas pada model regresi.

**f. Analisis Regresi Linier Berganda**

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menganalisis hubungan linier antara dua variabel independen atau lebih dengan satu variabel dependen. Analisis regresi linier berganda pada penelitian ini digunakan untuk menganalisis hubungan linear antara empat variabel independen yang terdiri dari reputasi Islam,

teknologi informasi, kualitas jasa, dan produk dengan satu variabel dependen yaitu preferensi mahasiswa dalam menggunakan jasa perbankan syariah. Persamaan regresi dapat dilihat dari tabel hasil uji *coefficients* berdasarkan *output* SPSS 23 yang ditunjukkan pada tabel dibawah ini:

**Tabel 4.15. Hasil Analisis Regresi**

Coefficients <sup>a</sup>		
Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
(Constant)	0,437	1,404
Reputasi Islam	0,164	0,055
Teknologi Informasi	0,237	0,089
Kualitas Jasa	0,192	0,064
Produk	0,286	0,064

a. Dependent Variable: Preferensi

Sumber: Data output SPSS 23, diolah 2021

Berdasarkan tabel diatas, dapat dinyatakan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

$$Y = 0,437 + 0,164X_1 + 0,237X_2 + 0,192X_3 + 0,286X_4 + e$$

Hasil dari persamaan regresi diatas dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- 1) Nilai konstanta (a) adalah sebesar 0,437; ini dapat diartikan jika variabel independen reputasi Islam (X1), teknologi informasi (X2), kualitas jasa (X3), dan produk (X4) nilainya adalah nol, maka preferensi mahasiswa dalam menggunakan jasa perbankan syariah nilainya adalah sebesar 0,437.
- 2) Nilai koefisien regresi variabel reputasi Islam ( $b_1$ ) diperoleh sebesar 0,164 dengan arah koefisien positif. Hal ini menunjukkan bahwa jika reputasi Islam meningkat maka preferensi mahasiswa dalam menggunakan jasa perbankan syariah juga mengalami peningkatan sebesar 0,164 jika variabel independen lain dianggap konstan.
- 3) Nilai koefisien regresi variabel teknologi informasi ( $b_2$ ) diperoleh sebesar 0,237 dengan arah koefisien positif. Hal ini menunjukkan bahwa jika teknologi informasi meningkat maka preferensi mahasiswa dalam

menggunakan jasa perbankan syariah juga mengalami peningkatan sebesar 0,237 jika variabel independen lain dianggap konstan.

- 4) Nilai koefisien regresi variabel kualitas jasa ( $b_3$ ) diperoleh sebesar 0,192 dengan arah koefisien positif. Hal ini menunjukkan bahwa jika kualitas jasa meningkat maka preferensi mahasiswa dalam menggunakan jasa perbankan syariah juga mengalami peningkatan sebesar 0,192 jika variabel independen lain dianggap konstan.
- 5) Nilai koefisien regresi variabel produk ( $b_4$ ) diperoleh sebesar 0,286 dengan arah koefisien positif. Hal ini menunjukkan bahwa jika produk meningkat maka preferensi mahasiswa dalam menggunakan jasa perbankan syariah juga mengalami peningkatan sebesar 0,286 jika variabel independen lain dianggap konstan.

**g. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Koefisien determinasi digunakan dalam mengukur seberapa jauh variabel-variabel independen dalam menerangkan variabel dependen.. Penelitian ini akan menggunakan nilai *R square* yang merupakan  $R^2$  nilai yang dapat digunakan untuk dapat mengetahui seberapa besar kontribusi dari ke empat variabel independen yaitu reputasi Islam, teknologi informasi, kualitas jasa, dan produk terhadap preferensi mahasiswa dalam menggunakan jasa perbankan syariah. Berikut hasil perhitungan koefisien determinasi yang ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel 4.16. Uji Koefisien Determinasi**

R Square
0,722

Sumber: Data output SPSS 23, diolah 2021

Berdasarkan tabel hasil uji koefisien determinasi diatas dapat dilihat bahwa nilai *R square* ( $R^2$ ) adalah sebesar 0,722. Nilai koefisien determinasi sebesar 0,722 akan diubah kebentuk persentase (72,2%), yang artinya sumbangan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai  $R^2$  sebesar 0,722 artinya persentase sumbangan pengaruh variabel independen

(bebas) yaitu reputasi Islam, teknologi informasi, kualitas jasa, dan produk terhadap preferensi mahasiswa dalam menggunakan jasa perbankan syariah adalah sebesar 72,2% sedangkan sisanya sebesar 27,8% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang diluar penelitian ini.

#### h. Uji Hipotesis

##### 1) Uji F

Uji ini merupakan uji secara stimultan yang dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel independen yang terdiri dari reputasi Islam (X1), teknologi informasi (X2), kualitas jasa (X3), dan produk (X4) secara stimultan (bersama-sama) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen yaitu preferensi mahasiswa dalam menggunakan jasa perbankan syariah (Y). Uji F pada penelitian ini dilakukan dengan cara membandingkan nilai F hitung dengan nilai F tabel dan menggunakan nilai signifikansi 0,05. Apabila nilai F hitung  $>$  F tabel dan nilai signifikansi  $<$  0,05 maka  $H_0$  ditolak, artinya secara stimultan (bersama-sama) variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen dan sebaliknya. F tabel pada penelitian ini adalah sebesar 2,501. Hasil uji F ditunjukkan pada tabel dibawah ini:

**Tabel 4.17. Uji F**

Model	F	Sig.
Regression	46,133	0,000

Sumber: Data output SPSS 23, diolah 2021

Berdasarkan tabel hasil uji F diatas dapat dilihat bahwa nilai F hitung diperoleh sebesar 46,133 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai tersebut dapat disimpulkan bahwa reputasi Islam (X1), teknologi informasi (X2), kualitas jasa (X3), dan produk (X4) secara stimultan (secara bersama-sama) berpengaruh terhadap preferensi mahasiswa (Y) dalam menggunakan jasa perbankan syariah karena nilai F hitung  $>$  F tabel ( $46,133 > 2,501$ ) dan signifikansi  $<$  0,05 ( $0,000 < 0,05$ ).

## 2) Uji t

Uji ini digunakan dalam menunjukkan seberapa jauh pengaruh signifikan satu variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Uji t pada penelitian ini dilakukan guna mengetahui pengaruh secara parsial variabel independen (reputasi Islam, teknologi informasi, kualitas jasa, dan produk) terhadap variabel dependen (preferensi mahasiswa). Uji t dalam penelitian ini dilakukan dengan membandingkan nilai t hitung dengan nilai t tabel dan menggunakan tingkat signifikansi 0,05. Apabila nilai  $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$  dan nilai signifikansi  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak, artinya secara parsial variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen dan sebaliknya. Nilai t tabel pada penelitian ini adalah sebesar 1,994. Berikut hasil uji t ditunjukkan pada tabel dibawah ini:

**Tabel 4.18. Uji t**

Model	t	Sig.
Reputasi Islam	2,988	0,004
Teknologi Informasi	2,669	0,009
Kualitas Jasa	3,003	0,004
Produk	4,439	0,000

Sumber: Data output SPSS 23, diolah 2021

Berdasarkan hasil tabel diatas dapat dilihat dan dianalisa nilai t-hitung dan nilai signifikansi masing-masing variabel independen (reputasi Islam, teknologi informasi, kualitas jasa, dan produk) terhadap variabel dependen (preferensi) yaitu sebagai berikut:

- a) Variabel reputasi Islam (X1) didapatkan nilai t hitung sebesar  $2,988 > t\text{ tabel } 1,994$  dengan nilai signifikansi 0,004 kurang dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel reputasi Islam secara parsial memiliki pengaruh secara signifikan terhadap preferensi mahasiswa dalam menggunakan jasa perbankan syariah (Y).
- b) Variabel teknologi informasi (X2) didapatkan nilai t hitung sebesar  $2,669 > t\text{ tabel } 1,994$  dengan nilai signifikansi 0,009 kurang dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel teknologi informasi

secara parsial memiliki pengaruh secara signifikan terhadap preferensi mahasiswa dalam menggunakan jasa perbankan syariah (Y).

c) Variabel kualitas jasa (X3) didapatkan nilai  $t$  hitung sebesar  $3,003 > t$  tabel  $1,994$  dengan nilai signifikansi  $0,004$  kurang dari  $0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas jasa secara parsial memiliki pengaruh secara signifikan terhadap preferensi mahasiswa dalam menggunakan jasa perbankan syariah (Y).

d) Variabel produk (X4) didapatkan nilai  $t$  hitung sebesar  $4,439 > t$  tabel  $1,994$  dengan nilai signifikansi  $0,000$  kurang dari  $0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa variabel produk secara parsial memiliki pengaruh secara signifikan terhadap preferensi mahasiswa dalam menggunakan jasa perbankan syariah (Y).

### 3) Uji Variabel Dominan

Uji ini dilakukan untuk mengetahui variabel independen (bebas) mana yang paling dominan berpengaruh terhadap variabel dependen (terikat). Uji variabel dominan pada penelitian ini dilakukan dengan melihat nilai *standardized coefficients beta* yang paling tinggi atau besar. Nilai *standardized coefficients beta* yang semakin mendekati angka 0 maka hubungan antara variabel X dengan Y semakin lemah. Berikut hasil uji variabel dominan ditunjukkan pada tabel dibawah ini:

**Tabel 4.19. Uji Variabel Dominan**

Model	Standardized Coefficients Beta
Reputasi Islam	0,225
Teknologi Informasi	0,231
Kualitas Jasa	0,247
Produk	0,377

Sumber: Data output SPSS 23, diolah 2021

Berdasarkan tabel hasil uji *standardized coefficients beta* diatas dapat dilihat nilai koefisien beta variabel reputasi Islam (X1) sebesar  $0,225$ . Nilai koefisien beta variabel teknologi informasi (X2)

sebesar 0,231. Nilai koefisien beta variabel kualitas jasa (X3) sebesar 0,247. Nilai koefisien beta variabel produk (X4) sebesar 0,377. Nilai koefisien beta masing-masing variabel independen (X) tersebut dapat diketahui bahwa variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap variabel dependen (preferensi) adalah variabel independen produk (X4) karena memiliki nilai *standardized coefficients beta* paling besar yaitu 0,377 dibandingkan variabel independen lainnya.

## B. Pembahasan

### 1. Pengaruh Reputasi Islam terhadap Preferensi Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah

Hasil uji regresi pada tabel 4.15, didapatkan persamaan  $Y = 0,437 + 0,164X_1$ . Persamaan regresi tersebut menunjukkan arah yang positif antara reputasi Islam terhadap preferensi mahasiswa program studi perbankan syariah IAIN Kudus angkatan 2017-2019. Arah yang bertanda positif, berarti bahwa peningkatan reputasi Islam akan meningkatkan preferensi mahasiswa dalam menggunakan jasa perbankan syariah. Hasil perhitungan uji t variabel reputasi Islam pada tabel 4.18, didapatkan nilai t hitung sebesar 2,988 lebih besar dari nilai t tabel (1,994) dengan tingkat signifikansi sebesar 0,004 kurang dari *level of significance* yaitu 0,05. Sehingga, dapat ditarik kesimpulan bahwa atribut perbankan syariah yaitu reputasi Islam mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi mahasiswa program studi perbankan syariah IAIN Kudus angkatan 2017-2019 dalam memilih menggunakan jasa perbankan syariah. Sesuai dengan hipotesis yang menyatakan bahwa atribut perbankan syariah yaitu reputasi Islam berpengaruh positif terhadap preferensi mahasiswa program studi perbankan syariah IAIN Kudus angkatan 2017-2019.

Hasil penelitian tersebut selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Fajar Mujahidi dan Pandu Tezar Adi Nugroho, bahwa reputasi bank syariah memiliki pengaruh positif terhadap minat menabung pelajar SMK program studi perbankan syariah. Reputasi yang ada pada bank syariah dapat menarik perhatian masyarakat khususnya pelajar, yang dimana pelajar jauh tertarik dan terobsesi pada suatu merek Islam yang sudah sangat

terkenal.<sup>8</sup> Ani Yuningsih menyatakan bahwa reputasi Islam merupakan gambaran representatif mengenai prestasi, kinerja, dan eksistensi Islam dalam pandangan publik.<sup>9</sup> Hal ini juga sesuai dengan pernyataan dari Hassan dan Lewis serta Tameme dan Asutay dalam Muslim Amin dkk., yang menyatakan bahwa pertimbangan agama Islam memainkan peran penting dalam mempengaruhi perilaku pengambilan keputusan nasabah karena mereka yakin bank syariah memiliki reputasi taat dan mematuhi hukum syariah.<sup>10</sup>

Berdasarkan pembahasan hasil diatas dapat diartikan bahwa reputasi Islam merupakan salah satu atribut atribut perbankan syariah yang mampu mempengaruhi preferensi mahasiswa program studi perbankan syariah IAIN Kudus angkatan 2017-2019 dalam memilih menggunakan jasa perbankan syariah. Reputasi Islam dapat menarik perhatian mahasiswa menggunakan perbankan syariah, dimana dengan adanya kepercayaan bahwa perbankan syariah sebagai lembaga perbankan yang memiliki citra taat pada prinsip-prinsip agama Islam dan tanggung jawab sosial kepada lingkungan sekitar dapat menjadi pedoman dan pertimbangan menggunakan jasa perbankan syariah.

## **2. Pengaruh Teknologi Informasi terhadap Preferensi Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah**

Hasil uji regresi pada tabel 4.15, didapatkan persamaan  $Y = 0,437 + 0,237X_2$ . Persamaan regresi tersebut menunjukkan arah yang positif antara teknologi informasi terhadap preferensi mahasiswa program studi perbankan syariah IAIN Kudus angkatan 2017-2019. Arah yang bertanda positif, berarti bahwa peningkatan teknologi informasi akan meningkatkan preferensi

---

<sup>8</sup>Fajar Mujahidi dan Pandu Tezar Adi Nugroho, "Pengaruh Pengetahuan, Reputasi, Lingkungan, dan Religiusitas terhadap Minat Pelajar Sekolah Menengah Kejuruan Prodi Perbankan Syariah dalam Menabung di Perbankan Syariah," 14-37.

<sup>9</sup>Ani Yuningsih, "Membangun Reputasi Islam Melalui Keterampilan Interpersonal," 383.

<sup>10</sup>Muslim Amin, dkk., "Islamic Banks : Contrasting The Drivers Of Customer Satisfaction On Image, Trust, And Loyalty Of Muslim And Non-Muslim Customers In Malaysia," 92.

mahasiswa dalam menggunakan jasa perbankan syariah. Hasil perhitungan uji t variabel teknologi informasi pada tabel 4.18, didapatkan nilai t hitung sebesar 2,669 lebih besar dari nilai t tabel (1,994) dengan tingkat signifikansi sebesar 0,009 kurang dari *level of significance* yaitu 0,05. Sehingga, dapat ditarik kesimpulan bahwa atribut perbankan syariah yaitu teknologi informasi mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi mahasiswa program studi perbankan syariah IAIN Kudus angkatan 2017-2019 dalam memilih menggunakan jasa perbankan syariah. Hal ini sesuai dengan hipotesis yang menyatakan bahwa atribut perbankan syariah yaitu teknologi informasi berpengaruh positif terhadap preferensi mahasiswa program studi perbankan syariah IAIN Kudus angkatan 2017-2019.

Hasil penelitian tersebut selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Zaida Rizqi Zainul dkk, bahwa teknologi informasi berpengaruh terhadap kepuasan nasabah BSM di Banda Aceh. Sistem teknologi informasi yang ada di BSM dapat membantu dan memudahkan transaksi nasabah sehingga nasabah dapat merasa puas menggunakan jasa di BSM Banda Aceh.<sup>11</sup> Ramen A. Purba dkk menyatakan bahwa teknologi informasi merupakan gabungan dari teknologi dan komunikasi yang dapat dipergunakan untuk pengolahan, pemrosesan, penyusunan, penyimpanan, dan manipulasi data dengan berbagai cara guna mendapatkan informasi akurat, relevan, baik dan tepat waktu yang dapat dipergunakan perusahaan atau organisasi untuk keperluan pribadi, bisnis, dan pemerintahan sehingga menghasilkan informasi yang strategis dalam pengambilan suatu keputusan.<sup>12</sup> Hal ini juga sesuai dengan pernyataan dari Aan Ansori yang menyatakan bahwa sistem teknologi informasi yang modern dalam perbankan syariah sangat mendukung peningkatan daya saing bank syariah secara nasional. Kebanyakan nasabah memilih suatu bank karena adanya kemudahan bertransaksi keuangan seperti adanya ATM

---

<sup>11</sup> Zaida Rizqi Zainul dkk, " Pengaruh Teknologi Informasi, Kualitas Pelayanan, dan Motif Religius Terhadap Kepuasan Nasabah PT Bank Syariah Mandiri di Banda Aceh," 83-96.

<sup>12</sup> Ramen A. Purba dkk, *Aplikasi Teknologi Informasi: Teori dan Implementasi*, 3.

(*Automated Teller Machine*) yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia.<sup>13</sup>

Berdasarkan pembahasan hasil diatas dapat diartikan bahwa teknologi informasi merupakan salah satu atribut perbankan syariah yang mampu mempengaruhi preferensi mahasiswa program studi perbankan syariah IAIN Kudus angkatan 2017-2019 dalam memilih menggunakan jasa perbankan syariah. Teknologi informasi dalam perbankan syariah dapat digunakan dalam rangka menunjang kegiatan transaksi keuangan agar efektif, efisien, dan tentunya jika teknologi informasi memadai dan tersebar luas bisa menjadi pedoman dan pertimbangan nasabah khususnya kalangan mahasiswa karena pada dasarnya seorang nasabah menginginkan suatu kemudahan dalam menunjang segala transaksi keuangan.

### **3. Pengaruh Kualitas Jasa terhadap Preferensi Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah**

Hasil uji regresi pada tabel 4.15, didapatkan persamaan  $Y = 0,437 + 0,192X_3$ . Persamaan regresi tersebut menunjukkan arah yang positif antara kualitas jasa terhadap preferensi mahasiswa program studi perbankan syariah IAIN Kudus angkatan 2017-2019. Arah yang bertanda positif, berarti bahwa peningkatan kualitas jasa akan meningkatkan preferensi mahasiswa dalam menggunakan jasa perbankan syariah. Hasil perhitungan uji  $t$  variabel kualitas jasa pada tabel 4.18, didapatkan nilai  $t$  hitung sebesar 3,003 lebih besar dari nilai  $t$  tabel (1,994) dengan tingkat signifikansi sebesar 0,004 kurang dari *level of significance* yaitu 0,05. Sehingga, dapat ditarik kesimpulan bahwa atribut perbankan syariah yaitu kualitas jasa mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi mahasiswa program studi perbankan syariah IAIN Kudus angkatan 2017-2019 dalam memilih menggunakan jasa perbankan syariah. Sesuai dengan hipotesis yang menyatakan bahwa atribut perbankan syariah yaitu kualitas jasa berpengaruh positif terhadap preferensi mahasiswa program studi perbankan syariah IAIN Kudus angkatan 2017-2019.

---

<sup>13</sup>Aan Ansori, "Penerapan E-Banking Syariah Pada Sistem Informasi Manajemen Perbankan Syariah,"136.

Hasil penelitian tersebut selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Rika Yulianti dkk, bahwa kualitas layanan (jasa) berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Syariah di Banjarmasin. Keputusan menjadi nasabah di Bank Syariah di Banjarmasin akan semakin tinggi jika kualitas jasa yang ditawarkan sesuai dengan apa yang diharapkan nasabah.<sup>14</sup> Hasil penelitian lain dari Abdelghani Echchabi dan Oladokun Nafiu Olaniyi yang menyatakan bahwa preferensi nasabah atau pelanggan di Malaysia dalam memilih suatu perbankan syariah dipengaruhi oleh gabungan kualitas layanan yang ditawarkan bank syariah di Malaysia seperti kenyamanan, keramahan petugas, kompetensi dan pengetahuan petugas, saran profesional yang diberikan petugas, dan lokasi.<sup>15</sup> Hal ini juga sesuai dengan pernyataan dari Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra yang menyatakan bahwa kualitas jasa merupakan isu strategis bagi setiap organisasi pemasaran, terlepas dari bentuk produk yang dihasilkan, dimana bisa diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Kualitas jasa yang baik, konsisten, dan sesuai harapan pelanggannya, akan memberikan kontribusi pada keberhasilan suatu jasa bersangkutan yang dimana akan dipersepsikan positif dan ideal.<sup>16</sup>

Berdasarkan pembahasan hasil diatas dapat diartikan bahwa kualitas jasa merupakan salah satu atribut perbankan syariah yang mampu mempengaruhi preferensi mahasiswa program studi perbankan syariah IAIN Kudus angkatan 2017-2019 dalam memilih menggunakan jasa perbankan syariah. Kualitas jasa yang diwujudkan melalui adanya tingkat pelayanan yang sesuai dengan harapan serta keinginan mahasiswa seperti keramahan karyawan, efisiensi dan tingkat layanan yang selalu istiqomah (konsisten) dalam berpegang teguh pada aturan syariah dapat menjadi pedoman dan pertimbangan dalam menggunakan jasa perbankan syariah.

---

<sup>14</sup> Rika Yulianti dkk, "Pengaruh Nilai-Nilai Agama, Kualitas Layanan, Promosi, dan Kepercayaan terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah di Banjarmasin," 127-138.

<sup>15</sup> Abdelghani Echchabi dan Oladokun Nafiu Olaniyi, "Malaysian Consumers' Preference for Islamic Banking Attributes," 859-870.

<sup>16</sup> Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, *Service, Quality, dan Satisfaction*, 125.

#### 4. Pengaruh Produk terhadap Preferensi Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah

Hasil uji regresi pada tabel 4.15, didapatkan persamaan  $Y = 0,437 + 0,286X_4$ . Persamaan regresi tersebut menunjukkan arah yang positif antara produk terhadap preferensi mahasiswa program studi perbankan syariah IAIN Kudus angkatan 2017-2019. Arah yang bertanda positif, berarti bahwa peningkatan produk akan meningkatkan preferensi mahasiswa dalam menggunakan jasa perbankan syariah. Hasil perhitungan uji t variabel produk pada tabel 4.18, didapatkan nilai t hitung sebesar 4,439 lebih besar dari nilai t tabel 1,994 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 kurang dari *level of significance* yaitu 0,05. Sehingga, dapat ditarik kesimpulan bahwa atribut perbankan syariah yaitu produk mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi mahasiswa program studi perbankan syariah IAIN Kudus angkatan 2017-2019 dalam memilih menggunakan jasa perbankan syariah. Sesuai dengan hipotesis yang menyatakan bahwa atribut perbankan syariah yaitu produk berpengaruh positif terhadap preferensi mahasiswa program studi perbankan syariah IAIN Kudus angkatan 2017-2019.

Hasil penelitian tersebut selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Anggriani Dewi, bahwa faktor produk berpengaruh secara signifikan terhadap preferensi nasabah di kota Palopo.<sup>17</sup> Ujang Sumarwan dan Fandy Tjiptono menyatakan bahwa produk didefinisikan sebagai apapun yang berbentuk benda (fisik) dan bukan benda yang dapat ditawarkan atau dijual ke konsumen atau ke pasar untuk memenuhi keinginan konsumen. Produk dapat memberikan manfaat dan pemecahan masalah kepada konsumen. Adapun, cakupan produk yaitu barang, jasa, pengalaman, acara, orang, tempat, properti, organisasi, informasi, dan ide.<sup>18</sup> Hal itu berarti bahwa produk dapat berbentuk jasa seperti lembaga perbankan syariah yang menawarkan produk dalam bentuk jasa yang dapat ditawarkan kepada nasabahnya untuk memuaskan suatu kebutuhan atau keinginan dalam bidang keuangan. Hal ini juga

---

<sup>17</sup>Anggriani Dewi, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Nasabah Terhadap Bank Syariah di Kota Palopo," 1-12.

<sup>18</sup> Ujang Sumarwan dan Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran dalam Perspektif Perilaku Konsumen*, 237-238.

sesuai dengan pernyataan dari Kuswadi dalam Suranto dan Rahayu Triastity yang menyatakan bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah mutu produk atau jasa yang ditawarkan dan sebagai atribut produk Islam maka nasabah merasa aman dalam menggunakan jasa koperasi.<sup>19</sup>

Berdasarkan pembahasan hasil diatas dapat diartikan bahwa produk merupakan salah satu atribut perbankan syariah yang mampu mempengaruhi preferensi mahasiswa program studi perbankan syariah IAIN Kudus angkatan 2017-2019 dalam memilih menggunakan jasa perbankan syariah. Produk perbankan syariah yang beragam, inovatif, dan sesuai prinsip Islam diyakini dapat menjadi pedoman dan pertimbangan mahasiswa dalam menggunakan perbankan syariah.

#### **5. Atribut Yang Paling Dominan Menjadi Preferensi Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah IAIN Kudus Angkatan 2017-2019 Dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah**

Hasil dari uji variabel dominan pada tabel 4.19 dengan nilai *standardized coefficient beta* menunjukkan bahwa variabel produk menjadi atribut yang paling dominan menjadi preferensi mahasiswa program studi perbankan syariah IAIN Kudus angkatan 2017-2019 dalam menggunakan jasa perbankan syariah dengan nilai *standardized coefficient beta* sebesar 0,377. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan produk akan meningkatkan preferensi mahasiswa program studi perbankan syariah angkatan 2017-2019 untuk memilih menggunakan jasa perbankan syariah. Artinya semakin beragamnya produk-produk serta adanya jaminan produk halal dan sistem bagi hasil yang ditawarkan oleh lembaga perbankan syariah, maka preferensi mahasiswa dalam menggunakan produk perbankan syariah akan semakin besar. Hal ini berbeda dengan hipotesis awal penelitian yang menyatakan bahwa kualitas jasa menjadi atribut paling dominan menjadi preferensi mahasiswa dalam menggunakan jasa perbankan syariah.

Kesimpulan mengenai variabel produk yang merupakan atribut yang paling dominan menjadi preferensi mahasiswa program studi perbankan syariah IAIN Kudus angkatan 2017-

---

<sup>19</sup> Suranto dan Rahayu Triastity, “Pengaruh Kualitas Layanan, Atribut Produk Islam, dan Nilai Nasabah terhadap Kepuasan Nasabah,” 156.

2019 dalam menggunakan jasa perbankan syariah selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Budi Setiawan dan Suharmiati yang menyatakan bahwa atribut utama yang menjadi preferensi masyarakat ketika memilih perbankan syariah adalah sistem bagi hasil, ATM, *call center*, citra, suasana Islami, kenyamanan dan kebersihan area, lokasi, ragam produk, prosedur, biaya transaksi, keramahan dan kecepatan layanan, jaminan keamanan, dan CSR.<sup>20</sup> Berdasarkan penelitian tersebut dapat dikatakan ragam produk yang bervariasi, adanya bagi hasil, biaya transaksi menjadi kriteria utama konsumen menggunakan perbankan syariah. Hal ini juga sesuai dengan pernyataan dari Abdelghani Echchabi dan Oladokun Nafiu Olaniyi dalam Budi Setiawan dan Morita Panduwangi yang menyatakan bahwa keragaman produk yang ditawarkan perbankan syariah merupakan atribut penting dalam mengukur preferensi nasabah dalam memilih perbankan syariah.<sup>21</sup>

Produk merupakan segala sesuatu baik berwujud benda maupun bukan benda yang dapat ditawarkan untuk dijual. Adapun produk yang ditawarkan oleh perbankan syariah bukan berupa produk barang tetapi produk jasa. Produk jasa yang dihasilkan dalam perbankan syariah harus mengacu pada nilai-nilai syariat Islam dengan berlandaskan pada al-qur'an dan hadis. Mahasiswa perbankan syariah pada dasarnya telah memahami tentang dunia perbankan baik dari segi teori maupun prakteknya. Sebelum memutuskan memilih menggunakan produk perbankan syariah, tentunya memilih produk yang dapat memberikan manfaat yang lebih besar daripada biaya yang dikeluarkan. Maka, diasumsikan mahasiswa menjadikan produk sebagai hal yang paling utama dalam penelitian ini karena produk yang ditawarkan di perbankan syariah beragam dan menarik dengan adanya jaminan produk halal, sesuai prinsip agama Islam serta adanya sistem bagi hasil, sehingga membuat para nasabah terutama kalangan mahasiswa menjadi suka dan tertarik untuk menggunakan jasa perbankan syariah dalam kegiatan transaksi keuangan.

---

<sup>20</sup> Budi Setiawan dan Suharmiati, "Preferensi Masyarakat Kota Bogor Terhadap Atribut –Atribut Perbankan Syariah Sebagai Landasan Empiris Strategi Pengembangan Perbankan Syariah di Indonesia," 183-190.

<sup>21</sup> Budi Setiawan dan Morita Panduwangi, "Measurement of Islamic Banking Attributes in Indonesia," 159.