

**PENGARUH *LIFESTYLE*, LINGKUNGAN SOSIAL DAN  
PENGETAHUAN TERHADAP MINAT GENERASI  
MILENIAL MENGGUNAKAN PRODUK  
PERBANKAN SYARIAH DI  
KOTA PALOPO**

*Skripsi*

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana  
Ekonomi (S.E) Pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan  
Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo*



**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO  
2023**

**PENGARUH *LIFESTYLE*, LINGKUNGAN SOSIAL DAN  
PENGETAHUAN TERHADAP MINAT GENERASI  
MILENIAL MENGGUNAKAN PRODUK  
PERBANKAN SYARIAH DI  
KOTA PALOPO**

*Skripsi*

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana  
Ekonomi (S.E) Pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan  
Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo*



Oleh  
**LOLA SETIA NINGSI**  
1904020121

**Pembimbing:**

**Dr. Ahmad Syarief Iskandar, S.E., M.M**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO  
2023**

## HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Lola Setia Ningsi  
Nim : 1904020121  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Program Studi : Perbankan Syariah

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

1. Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri, bukan dari plagiasi ataupun duplikasi dari tulisan atau karya dari orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri.
2. Seluruh bagian dalam skripsi ini merupakan sebuah karya saya sendiri selain kutipan yang disebutkan sumbernya. Segala kekeliruan dan atau kesalahan yang ada pada skripsi ini adalah tanggung jawab saya.

Bilamana dikemudian hari pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi administratif atas perbuatan tersebut dan gelar akademik yang saya peroleh karenanya dibatalkan.

Demikian pernyataan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palopo, 26 September 2023

Yang membuat pernyataan,



Lola Setia Ningsi

NIM : 1904020121

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi berjudul Pengaruh *Lifetsyle*, Lingkungan Sosial dan Pengetahuan terhadap Minat Generasi Milenial Menggunakan Produk Perbankan Syariah di Kota Palopo yang ditulis oleh Lola Setia Ningsi Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 19 0402 0121, mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo, yang dimunaqasyahkan pada hari Senin, tanggal 04 September 2023 Miladiyah bertepatan dengan 18 Shaffar 1445 Hijriyah, telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan diterima sebagai syarat meraih gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Palopo, 06 September 2023

### TIM PENGUJI

- |   |                   |   |
|---|-------------------|---|
| 1. Dr. Hj. Anita Marwing, S.HI., M.HI.    | Ketua Sidang      | (  )   |
| 2. Dr. Fasiha, S.El., M.El.               | Sekretaris Sidang | (  )  |
| 3. Dr. Takdir, S.H., M.H., M.KM.          | Penguji I         | (  ) |
| 4. Nur Ariani Aqidah, S.E., M.Sc.         | Penguji II        | (  ) |
| 5. Dr. Ahmad Syarief Iskandar, S.E., M.M. | Pembimbing        | (  ) |

### Mengetahui:

a.n. Rektor IAIN Palopo  
Rektor Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Hj. Anita Marwing, S.HI., M.HI.  
NIP. 19820124 200901 1 006

Ketua Program Studi  
Perbankan Syariah



Edi Indra Setiawan, S.E., M.M.  
NIP. 19891207 201903 1 005

## PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

إِنَّ الْحَمْدَ لِلَّهِ نَحْمَدُهُ وَنَسْتَعِينُهُ وَنَسْتَغْفِرُهُ وَنَعُوذُ بِاللَّهِ مِنْ شُرُورِ أَنْفُسِنَا وَمِنْ سَيِّئَاتِ

أَعْمَالِنَا، مَنْ يَهْدِهِ اللَّهُ فَلَا مُضِلَّ لَهُ وَمَنْ يَضِلَّ فَلَا هَادِيَ لَهُ. أَشْهَدُ أَنْ لَا إِلَهَ إِلَّا

اللَّهُ وَأَشْهَدُ أَنَّ مُحَمَّدًا عَبْدُهُ وَرَسُولُهُ

Puji syukur dipanjatkan penulis kepada Allah SWT. Yang telah menganugerahkan rahmat, hidayat beserta kekuatan lahir dan batin. Sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul **“Pengaruh Lifestyle, Lingkungan Sosial, dan Pengetahuan Terhadap Minat Generasi Milenial Menggunakan Produk Perbankan Syariah di Kota Palopo”**

Shalawat serta salam diberikan kepada Nabi Muhammad Saw. Kepada keluarga, sahabat dan pengikutnya. Skripsi ini disusun sebagai bentuk persyaratan penyelesaian studi, dalam tujuan memperoleh gelar sarjana ekonomi dalam bidang Perbankan Syariah pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo. Penulisan dalam skripsi ini dapat diselesaikan berkat bantuan, bimbingan dan dorongan dari banyak pihak. Walaupun penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Maka dari itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang tak terhingga dengan penuh ketulusan hati dan keikhlasan terkhusus untuk orang tua tercinta saya ayah Hamzah dan ibunda Rosita yang sangat luar biasa dalam memberikan cinta, kasih sayang dan dukungan dalam keadaan apapun. Sejujurnya penulis juga menyampaikan rasa terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Rektor IAIN Palopo, Bapak Dr. Abbas Langaji, M.Ag, Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Dr. Munir Yusuf, M.Pd, Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum dan Perencanaan Bapak Dr. Masaruddin, S.S., M.Hum, Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama Bapak Dr. Mistaming, S.Ag., M.HI.

2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Ibu Dr. Hj. Anita Marwing, M.HI, Wakil Dekan Bidang Akademik Ibu Dr. Fasiha, SE., M.El, Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum Bapak Muzayyanah Jabani, ST., MM., Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama Bapak Muhammad Ilyas, S.Ag., MA.
3. Edi Indra Setiawan, S.E., M.M selaku ketua prodi Perbankan syariah di IAIN Palopo.
4. Bapak Dr. Ahmad Syarief Iskandar, S.E., M.M selaku dosen pembimbing, yang telah meluangkan waktu dan memberikan banyak masukan serta arahan dalam penyusunan penyelesaian skripsi
5. Penguji pada seminar, Penguji I Bapak Dr. Takdir, S.H., M.H., M.KM dan penguji II Ibu Nur Ariani Aqidah, S.E., M.Sc.
6. Nur Ariani Aqidah, S.E., M.Sc., selaku Dosen Pembimbing Akademik
7. Seluruh Dosen serta staff IAIN Palopo yang telah mendidik penulis selama berada di IAIN Palopo dan memberikan bantuan selama proses penyusunan skripsi
8. Kepada kedua orang tua dan keluarga yang terus mendukung berupa moral dan materil serta doa yang tak putus-putusnya agar penulis dapat menyelesaikan kuliah dan penelitian sehingga sampai ditahap sekarang ini.
9. Kepada Squad Ms.Queen yaitu Andini Dhea Anugerah, Astuti Klarissa, Anugerah Andyas, Elmalia, Emir Atqakum Evar, Herlina Embong Bulan, Melty Aprilia, Nurul Fatiawahyuni, Putri Mega Utami, Ratu Devigayatri, Yuli Oktaviani, Yunike Gessa, yang selalu membrikan semangat serta dukungan kepada penulis.
10. Kepada teman seperjuangan saya Fhauzia Fikha Andini, Inna, Ria Resky Aulia, Tirani Mahardika Bachtiar, dan Widya Elfira Suab yang telah menemani dari awal sampai akhir perkuliahan dan bisa mencapai cita-cita bersama.
11. Terimah kasih juga kepada Andi Mutti Kaddiraja dan Ade Titi Nilam Sari atas support dan bantuan yang diberikan sehingga penulis mampu menyelesaikan skrpsi ini.

Teriring doa dan semoga mereka mendapatkan pahala yang setimpal dari Allah Swt. Semoga skripsi ini mejadi salah satu wujud penulis dan bermanfaat serta dapat bernilai ibadah di sisi-Nya Amiin.

Palopo, 28 Juli 2023

Lola Setia Ningsi  
1904020121



## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

### A. Transliterasi Arab-Latin

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf latin dapat dilihat pada tabel dibawah:

#### 1. Konsonan

| Huruf Arab | Nama  | Huruf Latin        | Nama                        |
|------------|-------|--------------------|-----------------------------|
| ا          | Alif  | tidak dilambangkan | tidak dilambangkan          |
| ب          | Ba    | B                  | Be                          |
| ت          | Ta    | T                  | Te                          |
| ث          | s\`a  | s\`                | es (dengan titik di atas)   |
| ج          | Jim   | J                  | Je                          |
| ح          | h}a   | h}                 | ha (dengan titik di bawah)  |
| خ          | Kha   | Kh                 | ka dan ha                   |
| د          | Dal   | D                  | De                          |
| ذ          | z\`al | z\`                | zet (dengan titik di atas)  |
| ر          | Ra    | R                  | Er                          |
| ز          | Zai   | Z                  | Zet                         |
| س          | Sin   | S                  | Es                          |
| ش          | Syin  | Sy                 | es dan ye                   |
| ص          | s}ad  | s}                 | es (dengan titik di bawah)  |
| ض          | d}ad  | d}                 | de (dengan titik di bawah)  |
| ط          | t}a   | t}                 | te (dengan titik di bawah)  |
| ظ          | z}a   | z}                 | zet (dengan titik di bawah) |
| ‘ain       | ع     | ‘                  | apostrof terbalik           |
| غ          | Gain  | G                  | Ge                          |
| ف          | Fa    | F                  | Ef                          |
| ق          | Qaf   | Q                  | Qi                          |
| ك          | Kaf   | K                  | Ka                          |
| ل          | Lam   | L                  | El                          |
| م          | Mim   | M                  | Em                          |

|    |        |   |          |
|----|--------|---|----------|
| ن  | Nun    | N | En       |
| و  | Wau    | W | We       |
| هـ | Ha     | H | Ha       |
| ء  | Hamzah | ' | Apostrof |
| ي  | Ya     | Y | Ye       |

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apapun. Jika ia terletak di tengah ataupun diakhir, maka ditulis dengan tanda (').

## 2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vocal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong. Vokal tunggal bahasa arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya yaitu:

| Tanda | Nama          | Huruf Latin | Nama |
|-------|---------------|-------------|------|
| اَ    | <i>fathah</i> | a           | a    |
| اِ    | <i>kasrah</i> | i           | i    |
| اُ    | <i>ḍammah</i> | u           | u    |

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

| Tanda | Nama                  | Huruf Latin | Nama    |
|-------|-----------------------|-------------|---------|
| اِيّ  | <i>fathah dan yā'</i> | ai          | a dan i |
| اُوّ  | <i>fathah dan wau</i> | au          | a dan u |

Contoh:

كَيْفَ : *kaifa*

هَوَّلَ : *hauला*

مَدَدَ : *maddah*

*Maddah* atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya zberupa huruf dan tanda, yaitu:

| Harakat dan Huruf     | Nama                            | Huruf dan Tanda | Nama                |
|-----------------------|---------------------------------|-----------------|---------------------|
| اَ...   اِ...   اُ... | <i>fathah dan alif atau yā'</i> | ā               | a dan garis di atas |
| يِ                    | <i>kasrah dan yā'</i>           | ī               | i dan garis di atas |
| وِ                    | <i>ḍammah dan wau</i>           | ū               | u dan garis di atas |

Contoh:

|         |          |
|---------|----------|
| مَاتَ   | : māta   |
| رَمَى   | : rāmā   |
| قِيلَ   | : qīla   |
| يَمُوتُ | : yamūtu |

#### 4. *Tā marbūtah*

Transliterasi untuk *tā' marbūtah* ada dua, yaitu *tā' marbūtah* yang hidup atau mendapat harakat *fathah*, *kasrah*, dan *dammah*, transliterasinya adalah [t]. sedangkan *tā' marbūtah* yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang berakhir dengan *tā' marbūtah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *tā' marbūtah* itu ditransliterasikan dengan ha [h].

Contoh:

|                           |                         |
|---------------------------|-------------------------|
| رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ     | : raudah al-atfāl       |
| الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ | : al-madīnah al-fādilah |
| الْحِكْمَةُ               | : al-hikmah             |

#### 5. Syaddah (*Tasydīd*)

Syaddah atau *tasydīd* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *ṭ-ṣyḍīd* ( ّ ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda *syaddah*.

Contoh:

|           |            |
|-----------|------------|
| رَبَّنَا  | : rabbanā  |
| نَجِّينَا | : najjainā |
| الْحَقُّ  | : al-haqq  |
| نُعَمُّ   | : nu'ima   |
| عَدُوُّ   | : 'aduwwun |

Jika huruf ى ber-*tasydid* di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf *kasrah* ( ِ ), maka ia ditransliterasi seperti huruf *maddah* menjadi i.

Contoh:

عَلِيٌّ : 'Alī (bukan 'Aliyy atau A'ly)  
عَرَبِيٌّ : 'Arabī (bukan A'rabiyy atau 'Arabiy)

## 6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf *ال* (*alif lam ma'rifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, al-, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsi yah* maupun huruf *qamariyah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh:

الشَّمْسُ : *al-syamsu* (bukan *asy-syamsu*)  
الزَّلْزَلَةُ : *al-zalzalāh* (bukan *az-zalzalāh*)  
الْفَلْسَفَةُ : *al-falsafah*  
الْبِلَادُ : *al-bilādu*

## 7. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (') hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun, bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif.

Contoh:

تَأْمُرُونَ : *ta'murūna*  
النَّوْعُ : *al-nau'*  
شَيْءٌ : *syai'un*  
أُمِرْتُ : *umirtu*

## 8. Penulisan Kata Arab yang Lazim Digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari perbendaharaan bahasa Indonesia, atau sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, atau lazim digunakan dalam dunia akademik tertentu, tidak lagi ditulis menurut cara

transliterasi di atas. Misalnya, kata al-Qur'an (dari *al-Qur'ān*), alhamdulillah, dan munaqasyah. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka harus ditransliterasi secara utuh.

Contoh:

*Fi zilal al-Qur'ān*

*Al-Sunnah qabl al-tadwin*

#### 9. *Lafz al-Jalālah*

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf jarr dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudāf ilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh:

دِينُ اللَّهِ *dīnullāh* بِاللَّهِ *billāh*

Adapun *tā' marbūtah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafz al-jalālah*, diteransliterasi dengan huruf [t].

Contoh:

هُمْ فِي رَحْمَةِ اللَّهِ *hum fī rahmatillāh*

#### 10. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital (*All Caps*), dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (al-), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (al-). Ketentuan yang sama juga berlaku untuk huruf awal dari judul referensi yang didahului oleh kata sandang al-, baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan (CK, DP, CDK, dan DR).

Contoh:

*Wa mā Muhammadun illā rasūl*

*Inna awwala baitin wudi 'a linnāsi lallazī bi Bakkata mubārakan*

*Syahru Ramadān al-lazī unzila fīhi al-Qurān*

*Nasīr al-Dīn al-Tūsī*

*Nasr Hāmid Abū Zayd*

*Al-Tūfī*

*Al-Maslahah fī al-Tasyrī' al-Islāmī*

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata Ibnu (anak dari) dan Abū (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi.

Abū al-Walīd Muhammad ibn Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd, Abū al-Walīd Muhammad (bukan: Rusyd, Abū al-Walīd Muhammad Ibnu)  
Nasr Hāmid Abū Zaīd, ditulis menjadi: Abū Zaīd, Nasr Hāmid (bukan, Zaīd Nasr Hāmid Abū)

## **B. Daftar Singkatan**

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

|               |   |
|---------------|---|
| swt.          | = subhanahu wa ta,,ala                        |
| saw.          | = sallallahu ,,alaihi wa sallam               |
| as            | = ,,alaihi al-Salam                           |
| H             | = Hijrah                                      |
| M             | = Masehi                                      |
| SM            | = Sebelum Masehi                              |
| QS .../...: 4 | = QS al-Baqarah/2: 4 atau QS Ali ,,Imran/3: 4 |

## DAFTAR ISI

|   |                        |
|---|------------------------|
| <b>HALAMAN SAMPUL</b> .....                                 | <b>i</b>               |
| <b>HALAMAN JUDUL</b> .....                                  | <b>ii</b>              |
| <b>HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....                    | Error! Bookmark not de |
| <b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....                             | <b>iv</b>              |
| <b>PRAKATA</b> .....  | <b>v</b>               |
| <b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN</b> ..... | <b>viii</b>            |
| <b>DAFTAR ISI</b> .....                                     | <b>xiv</b>             |
| <b>DAFTAR AYAT</b> .....                                    | <b>xvi</b>             |
| <b>DAFTAR TABEL</b> .....                                   | <b>xvii</b>            |
| <b>DAFTAR GAMBAR</b> .....                                  | <b>xviii</b>           |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....                                | <b>xix</b>             |
| <b>ABSTRAK</b> .....  | <b>xx</b>              |
| <b>BAB 1 PENDAHULUAN</b> .....                              | <b>1</b>               |
| A. Latar Belakang.....                                      | 1                      |
| B. Rumusan Masalah .....                                    | 6                      |
| C. Tujuan Penelitian.....                                   | 7                      |
| D. Manfaat Penelitian.....                                  | 7                      |
| E. Sistematika Penulisan.....                               | 7                      |
| <b>BAB II KAJIAN TEORI</b> .....                            | <b>9</b>               |
| A. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan .....           | 9                      |
| B. Landasan Teori .....                                     | 12                     |
| C. Kerangka Pikir.....                                      | 29                     |
| D. Hipotesis Penelitian .....                               | 29                     |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....                      | <b>31</b>              |
| A. Jenis Penelitian .....                                   | 31                     |
| B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....                         | 31                     |
| C. Definisi Operasional Variabel .....                      | 31                     |
| D. Populasi dan Sampel.....                                 | 33                     |
| E. Tehnik Pengumpulan Data .....                            | 34                     |
| F. Instrumen Penelitian .....                               | 34                     |

|  |                              |           |
|--|------------------------------|-----------|
| G.   | Teknik Analisis Data .....   | 37        |
| <b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b> |                              | <b>42</b> |
| A.   | Temuan Hasil Penelitian..... | 42        |
| B.   | Pembahasan .....             | 61        |
| <b>BAB V KESIMPULAN.....</b>                       |                              | <b>67</b> |
| A.   | Kesimpulan.....              | 67        |
| B.   | Saran .....                  | 67        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>                        |                              | <b>69</b> |
| <b>LAMPIRAN.....</b>                               |                              | <b>73</b> |
| <b>RIWAYAT HIDUP .....</b>                         |                              | <b>92</b> |



## DAFTAR AYAT

|                                      |   |
|--------------------------------------|---|
| Ayat 1 Q.S Al Baqarah ayat 275 ..... | 1 |
| Ayat 1 Q.S Al Al-Isra ayat 27.....   | 2 |



## DAFTAR TABEL

|  |    |
|--|----|
| 1.1 Inventarisasi Gaya Hidup.....                        | 19 |
| 3.1 Definisi Operasional Variabel.....                   | 31 |
| 3.2 Alternatif Jawaban .....                             | 34 |
| 3.3 Instrumen Penelitian .....                           | 35 |
| 4.1 Hasil Jawaban Respdn Mengenai Lifestyle.....         | 44 |
| 4.2 Hasil Jawaban Respdn Mengenai Lingkungan Sosial..... | 46 |
| 4.3 Hasil Jawaban Respdn Mengenai Pengetahuan .....      | 48 |
| 4.4 Hasil Jawaban Respdn Mengenai Minta .....            | 49 |
| 4.5 Hasil Uji Validitas.....                             | 50 |
| 4.6 Hasil Uji Reabilitas .....                           | 52 |
| 4.7 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov .....        | 52 |
| 4.8 Hasil Uji Multikolinearitas.....                     | 54 |
| 4.9 Hasil Uji Heterokedastisitas Glejser .....           | 55 |
| 4.10 Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....             | 56 |
| 4.11 Hasil Uji T (Persial) .....                         | 58 |
| 4.12 Hasil Uji F (Simultan).....                         | 60 |
| 4.13 Hasil Uji Determinasdi ( $R^2$ ).....               | 60 |

## DAFTAR GAMBAR

|   |    |
|---|----|
| 2.1 Kerangka Pikir .....                                  | 29 |
| 4.1 Jenis Kelamin Responden .....                         | 42 |
| 4.2 Usia Responden.....                                   | 43 |
| 4.3 Status Pekerjaan Responden .....                      | 44 |
| 4.4 Hasil Uji Notmalitas P-P Plot .....                   | 53 |
| 4.5 Hasil Uji Heterokedastisitas <i>Scatterplot</i> ..... | 55 |



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kusioner Penelitian

Lampiran 2 Tabulasi Jawaban Responden

Lampiran 3 Hasil Analisis Data



## ABSTRAK

**Lola Setia Ningsi, 2023**, “Pengaruh Lifestyle, Lingkungan Sosial, dan Pengetahuan terhadap Minat Generasi Milenial Menggunakan Produk Perbankan Syariah di Kota Palopo”. Skripsi Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo. Dibimbing Oleh Dr. Ahmad Syarif Iskandar, S.E., M.M

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah Lifestyle, Lingkungan Sosial, dan Pengetahuan berpengaruh terhadap minat generasi milenial menggunakan produk perbankan syariah di Kota Palopo. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan populasi Nasabah bank syariah yang berjumlah 20.000 orang dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden menggunakan rumus slovin, dengan pengumpulan data dengan membagikan angket atau Kuesioner. Metode penelitian yang digunakan yaitu analisis regresi berganda dengan bantuan software SPSS versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pertama, variabel *lifestyle* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat generasi milenial menggunakan produk bank syariah di Kota Palopo. Kedua, variabel lingkungan sosial secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat generasi milenial menggunakan produk bank syariah di Kota Palopo. Ketiga, variabel pengetahuan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat generasi milenial menggunakan produk bank syariah di Kota Palopo. Keempat, variabel *lifestyle*, lingkungan sosial dan pengetahuan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat generasi milenial menggunakan produk bank syariah di Kota Palopo. Dimana hasil dari Adjuster Rsquare sebesar 0,746 atau 74,6% menunjukkan variabel Minat menggunakan produk dipengaruhi oleh ketiga variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini, sedangkan sisanya sebesar 0,254 atau 25,4% dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

**Kata kunci:** Lifestyle, Lingkungan sosial, Pengetahuan, dan Minat

## **ABSTRACT**

*Lola Setia Ningsi, 2023, "The Influence of Lifestyle, Social Environment, and Knowledge on Millennial Generation's Interest in Using Sharia Banking Products in Palopo City". Thesis for the Islamic Banking Study Program, Faculty of Islamic Economics and Business, Palopo State Islamic Institute. Supervised by Dr. Ahmad Syarif Iskandar, S.E., M.M*

*This study aims to determine whether Lifestyle, Social Environment, and Knowledge affect the interest of the millennial generation in using Islamic banking products in the city of Palopo. This research uses quantitative research with a population of 20,000 Islamic bank customers with a total sample of 100 respondents using the slovin formula, with data collection by distributing questionnaires or questionnaires. The research method used was multiple regression analysis with the help of SPSS version 25 software. The results showed that First, the Lifestyle Variable partially had a positive and significant effect on the millennial generation's interest in using Sharia bank products in Palopo City. Second, the Social Environment Variable partially has a positive and significant effect on the millennial generation's interest in using Islamic bank products in Palopo City. Third, the Knowledge Variable partially has a positive and significant effect on the millennial generation's interest in using Islamic banking products in Palopo City. Fourth, the Lifestyle, Social Environment and Knowledge variables simultaneously have a significant effect on the millennial generation's interest in using Islamic bank products in Palopo City. Where the results of the Adjuster Rsquare of 0.746 or 74.6% indicate the variable Interest in using the product is influenced by the three independent variables used in this study, while the remaining 0.254 or 25.4% is explained by other variables not explained in this study.*

**Keywords:** *Lifestyle, Social Environment, Knowledge, and Interests*

## BAB 1 PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Peran dan juga tugas lembaga keuangan sangatlah penting dalam menciptakan perekonomian masyarakat sebagai jantung penggerak perekonomian nasional. Ide perbankan syariah sudah ada sejak dahulu dan ditandai dengan banyaknya tulisan para pemikir Islam tentang keberadaan perbankan syariah. Bank Syariah terus berkembang dengan nilai-nilai yang mengedepankan etika bisnis yang sehat. Dalam menjalankan kewajibannya, bank syariah harus mematuhi syariat islam yang dijelaskan di Hadits dan Al-Quran, selain diatur dengan undang-undang.

Perkembangan zaman yang makin canggih tidak menyurutkan semangat perbankan syariah dalam menginovasi produknya. Perbankan syariah harus melebarkan sayapnya dan menarik minat konsumen dari semua kalangan dengan revolusi industri ini, dimana mereka harus gencar mengenalkan produk dan jasanya kepada masyarakat luas. Bank syariah adalah lembaga keuangan perbankan yang tidak hanya menjelaskan fungsinya sebagaimana fungsi bank secara umum tapi juga harus menjalankan dengan prinsip dan nilai syariat islami dalam aspek atau juga kegiatan operasionalnya<sup>1</sup>. Adapun prinsip operasional bank syariah yaitu pelarangan riba yang tertuang dalam Al-Quran Surah Al Baqarah ayat 275

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ  
مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ  
وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

Terjemahan: “ Orang-orang yang memakan riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan karena gila. Yang demikian itu karena mereka berkata bahwa jual beli sama dengan riba. Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Barangsiapa mendapat peringatan

---

<sup>1</sup> Iskandar Johan, “Peranan Koperasi Syariah Dalam Meminimalisir Ketergantungan Masyarakat Berhubungan Dengan Rentenir”, Journal of Enterprise and Development 1, No.01, 2020, 22, <https://journal.uinmataram.ac.id/index.php/jed/article/view/1885>

dari Tuhannya, lalu dia berhenti, maka apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Barangsiapa mengulangi, maka mereka itu penghuni neraka, mereka kekal di dalamnya.” (Al Baqarah:275).

Dalam Islam sendiri memerintah umatnya untuk hidup hemat sebagaimana dijelaskan pada Al-Quran surah Al-Isra ayat 27:

إِنَّ الْمُبَدِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيَاطِينِ ۗ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا

Terjemahan: "Sesungguhnya orang-orang yang pemboros itu adalah saudara setan dan setan itu sangat ingkar kepada Tuhannya." (QS. Al Isra: 27).

Melansir dari tafsir Kementerian Agama (Kemenag), yang dimaksud dengan orang-orang pemboros dalam ayat ini adalah mereka yang menghambur-hamburkan harta bendanya dalam perbuatan maksiat. Hal itu tentunya ada di luar perintah Allah. Mereka pula yang disebut saudara setan dalam ayat ini. Ungkapan itu juga biasa digunakan oleh orang-orang Arab. Orang yang membiasakan diri mengikuti peraturan suatu kaum atau mengikuti jejak langkahnya, maka disebut sebagai saudara kaum tersebut. Artinya bila di dunia mereka tergoda oleh setan dengan memanfaatkan hartanya di luar batas-batas keridhoan Allah, maka mereka termasuk dalam golongan kaum tersebut.<sup>2</sup>

Indonesia adalah Negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia dari sisi ini kita seharusnya patut menjadikannya potensi aset yang kuat apabila dibarengi sumber insani yang memadai untuk mengembangkan perbankan syariah. Tetapi sayangnya potensi yang begitu besar ternyata tidak secara otomatis meluaskan pelaksanaan sosialisasi terhadap perbankan syariah. Mayoritas umat muslim masih buta dengan perbankan syariah termasuk para tokoh-tokoh besar lainnya.<sup>3</sup>

Bank syariah memiliki keunikan khusus dibanding dengan bank konvensional. Perbedaan yang mendasar dari kedua bank yaitu karena bank

<sup>2</sup> Rahma I Arbani, *Surah Al-Isra Ayat 27, Siapa yang Disebut Saudara Setan dalam Ayat Ini?*, <https://news.detik.com/berita/d-5657238/surah-al-isra-ayat-27-siapa-yang-disebut-saudara-setan-dalam-ayat-ini>

<sup>3</sup> Roni Andespa, "Pengaruh Budaya dan Keluarga Terhadap Minat Menabung Nasabah di Bank Syariah", *Jurnal Kajian Ekonomi Islam*2. No.1, 2017, 35, <https://core.ac.uk/download/pdf/229197531.pdf>

syariah harus melaksanakan kegiatannya dengan prinsip syariah sedangkan bank konvensional tidak terikat dengan prinsip islam. Dan perbedaan lainnya yaitu pada penggunaan suku bunga pada bank konvensional dalam prakteknya dan bank syariah menggunakan sistem bagi hasil. Dan juga dana bank syariah hanya boleh disalurkan pada usaha-usaha yang dianggap halal oleh islam. <sup>4</sup>

Menurut data OJK (Otoritas Jasa Keuangan) menunjukkan minat masyarakat Indonesia bertransaksi di bank syariah terus meningkat. Minat pada dasarnya merupakan penerimaan akan suatu hubungan antar diri sendiri dengan sesuatu diluar dirinya, semakin kuat hubungan tersebut maka semakin besar pula minatnya. Seseorang yang berminat terhadap suatu aktivitas akan memperhatikan aktivitas tersebut secara konsisten dengan perasaan senang.

Usaha yang dapat dilakukan oleh industri perbankan untuk menarik minat nasabah di zaman modern ini yaitu dengan mengidentifikasi ulang pasar potensial. Yang dimana pasar potensial ini dalam industri digital saat ini yaitu generasi milenial dan usia generasi milenial berada di usia produktif. William dan Page (2011) mengemukakan setiap kelompok generasi memiliki ekspektasi, pengalaman, gaya hidup yang berbeda sehingga mempengaruhi perilaku konsumen, tak terkecuali generasi milenial. Generasi milenial dikategorikan sebagai generasi yang lahir antara periode 1980-2000 (Larasati,2009).

Generasi milenial atau juga disebut gen Y cenderung mempunyai karakter melek IT, mereka sangat paham bagaimana berhadapan dengan zaman modernisasi. Generasi milenial mendambakan segala kegiatan yang serba instan dalam kehidupan, poin positif yang dimaksud untuk beradaptasi dengan perbankan syariah yang sesuai zaman. Generasi milenial cenderung berani mengambil resiko dengan berbagai macam pilihannya. Namun gaya hidup mereka cenderung konsumtif, hal ini merupakan salah satu faktor perilaku konsumen dalam mengambil keputusan.

---

<sup>4</sup> Ahmad Syarief Iskandar, "Hubungan Antara Komunikasi Pemasaran, Pengetahuan Tentang Bank Syariah, *Perceived Value* dan Loyalitas Nasabah Bank Syariah Sulawesi Selatan", Jurnal Ekonomi, Vol.2, No.4, 2011.  
<http://repository.iainpalopo.ac.id/id/eprint/4229/1/HUBUNGAN%20KOMUNIKASI%20PEMASARAN.....pdf>

*Lifestyle* (Gaya hidup) adalah pola kehidupan seseorang di dunia yang diekspresikan dalam kegiatan, minat, dan juga opininya<sup>5</sup>. Orang yang berasal dari kultur kelas sosial, dan atau pekerjaan yang sama bisa saja memiliki gaya hidup yang berbeda. Dalam hal ini gaya hidup menunjukkan bagaimana orang tersebut hidup, bagaimana mereka membelanjakan uangnya, dan bagaimana mereka mengalokasikan waktu mereka. Gaya hidup generasi milenial harus perlu diketahui karena pola hidup berhubungan dengan uang, akan mempengaruhi keputusan seseorang dalam menabung. Hal tersebut selaras dengan penelitian yang dilakukan Asis Rachman Hakim (2022) menyatakan bahwa variable gaya hidup berpengaruh positif terhadap minat menabung generasi milenial pada bank syariah di Kabupaten Kebumen.<sup>6</sup>

Pengetahuan yang dimiliki akan mempengaruhi pandangan masyarakat mengenai perbankan syariah. Pengetahuan diartikan sebagai informasi yang disimpan dalam benak konsumen, dimana pengetahuan merupakan salah satu faktor penentu utama dalam perilaku konsumen. Semakin banyak pengetahuan yang dimiliki konsumen mengenai bank syariah maka akan semakin meningkatkan minat mereka untuk menggunakan produk perbankan syariah. Hal ini diperkuat oleh penelitian Rif'at (2018) bahwa pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung menggunakan bank syariah.

Faktor lain yang mendukung minat menggunakan produk di bank syariah adalah lingkungan sosial. Lingkungan sosial merupakan wilayah tempat tinggal atau berlangsungnya berbagai aktivitas dalam berinteraksi sosial. Interaksi sosial hanya akan terjadi apabila terjadi reaksi dari kedua belah pihak yang melakukan interaksi. Tidak bisa dipungkiri manusia adalah makhluk sosial, yakni makhluk yang tidak bisa hidup sendiri, masyarakat saling berinteraksi satu sama lain

---

<sup>5</sup> Alfriti zukhrufani dan Muhammad Zakiy, "The effect Of Beauty Influencer, Lifestyle, Brand Image, and Halal Cosmetical Purchasing Decisions", *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol.5, No.2, 2019, 5, <https://e-journal.unair.ac.id/JEBIS/article/view/14704>

<sup>6</sup> Asis Rachman Hakim, "Analisis Pengaruh Promosi , Gaya Hidup Dan Pengetahuan Terhadap Minat Menabung Generasi Milenial Pada Bank Syariah (Study Kasus Pada Generasi Milenial Di Kabupaten Kebumen) [https://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/49856/1/16820066\\_BAB-I\\_IV-atau-V\\_DAFTAR-PUSTAKA.pdf](https://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/49856/1/16820066_BAB-I_IV-atau-V_DAFTAR-PUSTAKA.pdf)

sehingga membentuk perilaku, sikap, kebiasaan, nilai-nilai, dan juga kepercayaan yang dianggap penting.<sup>7</sup>

Apabila lingkungan sosial seseorang yang lebih cenderung menabung menggunakan perbankan syariah, maka hal itu akan mempengaruhi orang lain menggunakan hal yang sama, begitu pula sebaliknya. Seperti penelitian sebelumnya yang sudah diteliti oleh Bayu Aswandi (2020) bahwa terdapat pengaruh lingkungan sosial terhadap minat menabung di bank syariah di desa Bujak kecamatan Batukeliang.<sup>8</sup>

Berdasarkan hasil observasi awal penduduk Kota Palopo berdasarkan data BPS Kota Palopo tahun 2022 sebanyak 187.331. Penduduk generasi milenial yaitu penduduk yang lahir pada tahun 1980-2000. Penduduk yang berasal dari kalangan muda ini tercatat berdasarkan data jumlah penduduk menurut kelompok umur dan jenis kelamin Kota Palopo yang berumur 23-43 tahun sebanyak 67.303.<sup>9</sup> Dari banyaknya penduduk kota Palopo yang memeluk agama Islam memiliki presentasi sebesar 82.27%, artinya mayoritas agama yang di anut di Kota Palopo yaitu beragama Islam. Sedangkan jumlah nasabah bank syariah yang tercatat selama tahun 2022 sebanyak kurang lebih 20.000 nasabah dari semua kalangan. Dikutip dari salah satu pegawai BSI Ratulangi Kota Palopo.

Masyarakat di Kota Palopo khususnya pada masyarakat generasi milenial yang dimana mereka memiliki gaya hidup yang tidak jauh berbeda dengan orang yang berada di kota-kota besar, mereka lebih banyak menggunakan uangnya untuk membeli barang-barang branded, nongkrong dll untuk menunjang tren gaya hidup modern yang ingin mereka ikuti, sehingga mereka tidak bisa mengatur pola keuangannya. Serta mereka tidak luput dari interaksi sosial dengan masyarakat yang ada disekelilingnya baik berinteraksi dengan keluarga, kerabat, teman ataupun dengan masyarakat yang ada disekitarnya sehingga begitu banyak faktor

---

<sup>7</sup> Kompas, <https://www.kompas.com/skola/read/2020/07/07/123000469/manusia-sebagai-makhluk-sosial-dan-cirinya>

<sup>8</sup> Bayu aswandi, "Pengaruh Lingkungan Sosial Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah (Study Kasus Di Desa Bujak Kecamatan Batukaliang Kabupaten Lombok Tengah Ntb)" <http://etheses.uinmataram.ac.id/2463/>

<sup>9</sup> BPS, "Kota Palopo Dalam Angka 2022", <https://123dok.com/document/vd74kw0g-kota-palopo-dalam-angka-palopo-municipality-in-figures.html>

dari luar diri masyarakat yang mempengaruhi tingkah laku, kebiasaan, sikap individu tersebut. Dimana faktor dari luar diri masyarakat akan mempengaruhi kebiasaan dari individu tersebut khususnya dalam minat menabung ataupun menggunakan produk bank syariah.

Dari data di atas dapat dilihat fenomena yang terjadi dimana minat masyarakat muslim menggunakan bank konvensional lebih banyak dibanding dengan bank syariah, faktanya yang terjadi di Kota Palopo. Masyarakat Kota Palopo adalah mayoritas muslim, tapi mengapa masih banyak menabung di bank konvensional padahal di Palopo sendiri sudah ada bank syariah dimana mereka beroperasi dengan prinsip syariah. Oleh karena itu memperhatikan gaya hidup atau perilaku yang sedang berkembang di tengah-tengah masyarakat perlu dilakukan agar mengetahui apa yang sedang dibutuhkan masyarakat dan apakah gaya hidup, lingkungan sosial dan pengetahuan berpengaruh terhadap minat generasi milenial di Palopo dalam memilih menggunakan produk perbankan syariah.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, maka dari itu peneliti tertarik untuk meneliti permasalahan dengan judul **“Pengaruh *Lifestyle*, Lingkungan Sosial dan Pengetahuan terhadap Minat Generasi Milenial Menggunakan Produk Perbankan Syariah di Kota Palopo”**

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka yang menjadi rumusan permasalahan penelitian ini yaitu:

1. Apakah *lifestyle* berpengaruh terhadap minat generasi milenial di Kota Palopo menggunakan produk perbankan syariah?
2. Apakah lingkungan sosial berpengaruh terhadap minat generasi milenial di Kota Palopo menggunakan produk perbankan syariah?
3. Apakah pengetahuan berpengaruh terhadap minat generasi milenial di Kota Palopo menggunakan produk perbankan syariah?
4. Apakah *lifestyle*, lingkungan sosial dan pengetahuan berpengaruh secara bersama-sama terhadap minat generasi milenial di Kota Palopo menggunakan produk perbankan syariah?

### C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui apakah *lifestyle* berpengaruh terhadap minat generasi milenial di Kota Palopo menggunakan produk perbankan syariah.
2. Untuk mengetahui apakah lingkungan sosial berpengaruh terhadap minat generasi milenial di Kota Palopo menggunakan produk perbankan syariah.
3. Untuk mengetahui apakah pengetahuan berpengaruh terhadap minat generasi milenial di Kota Palopo menggunakan produk perbankan syariah.
4. Untuk mengetahui apakah *lifestyle*, lingkungan sosial, dan pengetahuan berpengaruh secara bersama-sama terhadap minat generasi milenial di kota Palopo menggunakan produk perbankan syariah.

### D. Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini penulis berharap untuk dapat memberikan manfaat:

1. Manfaat Teoritis  
Hasil dari penelitian ini dapat digunakan dalam pengembangan ilmu pengetahuan tentang pengaruh gaya hidup, lingkungan sosial serta pengetahuan terhadap minat menabung di bank syariah.
2. Manfaat Praktis  
Hasil dari penelitian ini dapat menjadi bahan acuan atau masukan untuk perbankan syariah di Kota Palopo untuk memperbaiki kinerja dan kualitas lembaganya untuk menarik nasabah.

### E. Sistematika Penulisan

Agar memberikan gambaran yang jelas mengenai penelitian yang akan dilakukan, maka disusunlah suatu sistematika penulisan yang beris tentang informasi mengenai materi dari hal-hal yang akan dibahas dalam tiap-tiap bab.

## BAB I. PENDAHULUAN

Pendahuluan menguraikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

## BAB II. KAJIAN TEORI

Pada bab ini berisi landasan teori yang memuat pengertian dari variabel penelitian yaitu *lifestyle* (gaya hidup), lingkungan sosial, pengetahuan, dan minat serta indikator yang digunakan untuk pembahasan di bab selanjutnya. Kajian pustaka yang memuat beberapa kajian terdahulu yang relevan dengan penelitian. Kerangka berpikir yang menjelaskan alur kaitan antar variabel serta hipotesis yang merupakan jawaban sementara dari rumusan masalah.

## BAB III. METODE PENELITIAN

Dalam bagian ini menguraikan tentang metode yang digunakan dalam penelitian, variabel, waktu dan lokasi penelitian, definisi operasional, populasi, sampel, serta metode pengolahan dan analisis data.

## BAB IV. PEMBAHASAN

Dalam bab ini membahas tentang hasil yang didapatkan selama melakukan penelitian.

## BAB V. PENUTUPAN

Dalam bab ini berisi kesimpulan terhadap hasil penelitian serta saran yang didapat dalam penelitian sehingga dapat memberikan manfaat dan masukan terhadap bank.

## **BAB II**

### **KAJIAN TEORI**

#### **A. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan**

Penelitian terdahulu yaitu penelitian yang mengungkapkan tentang. Suatu kajian yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya, dimana suatu penelitian mempunyai keterkaitan dengan pengkajian yang dilakukan oleh peneliti. Maka dalam hal ini didasari oleh literatur yang menjadi bahan untuk referensi bagi peneliti diantaranya:

1. Riris Risnawati, dengan judul “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah Indonesia (Study Kasus pada Ibu-ibu Milenial di Kabupaten Bone)”. Penelitian ini menggunakan pendekatan data kuantitatif dengan metode pengumpulan data yang digunakan yaitu angket. Objek yang digunakan dalam penelitian ini yaitu masyarakat atau nasabah bank syariah di Kabupaten Bone, populasinya yaitu ibu-ibu generasi milenial, sedangkan sampelnya yang digunakan sebanyak 100 responden. Hasil dari penelitian ini yaitu variabel gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung di Bank syariah Indonesia, artinya ibu-ibu milenial di Kabupaten Bone mempunyai gaya hidup yang baik dan hemat dengan menabung di bank syariah Indonesia. Serta mereka memiliki kebiasaan memanfaatkan sebagian keuangannya untuk ditabung, hidup sederhana dan menghindari sifat boros dengan menghambur-hamburkan uangnya<sup>10</sup>. Persamaan kedua penelitian ini yaitu menggunakan pendekatan kuantitatif.
2. Imam Saleh Pulungan, dengan judul “Pengaruh Pendapatan dan Lingkungan Sosial Terhadap minat Menjadi Nasabah Di bank Syariah (study kasus masyarakat Wek. II Batang Toru)”. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode pengumpulan data yang digunakan yaitu kuisioner.

---

<sup>10</sup> Riris Risnawati, “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah Indonesia (Study Kasus Pada Ibu-ibu Milenial Di Kabupaten Bone)”, *Al- Iqtishad: Jurnal Ekonomi*, Vol.13, No.1, 2021, <https://jurnal.iain-bone.ac.id/index.php/aliqtishad/article/download/2536/1129>

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu masyarakat Wek. II Batang Toru, dengan menarik sampel sebanyak 68 responden. Hasil dari penelitian ini yaitu terdapat pengaruh lingkungan sosial terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah pada masyarakat Wek. II Batang Toru, dimana semakin sering seseorang berada di lingkungan yang menggunakan bank syariah maka semakin besar potensi orang tersebut juga ikut memakai produk yang sama<sup>11</sup>. Persamaan dari penelitian ini yaitu menggunakan variabel independen lingkungan sosial dan variabel dependen yaitu minat. Perbedaan kedua penelitian ini yaitu penelitian sebelumnya membahas variabel pendapatan sedangkan penelitian ini tidak membahas variabel tersebut.

3. Linda Fitrianingrum, dengan judul “Pengaruh Pengetahuan, Gaya Hidup, Pendapatan, Kepribadian dan Promosi terhadap Minat Menabung di Bank Syariah (Study pada masyarakat Kecamatan Boyolangu Kabupaten Talungagung)”. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan metode pengumpulan data berupa angket. Populasi penelitian ini yaitu masyarakat Kecamatan Boyolangu, dan sampel yang digunakan sebanyak 400 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan pengaruh pengetahuan tidak berpengaruh terhadap minat masyarakat Kecamatan Boyolangu mengetahui dasar hukum riba dan keberadaan perbankan syariah, beberapa masyarakat lebih tertarik pada perbankan konvensional yang memiliki eksistensi lebih tinggi. Sedangkan variabel gaya hidup berpengaruh terhadap minat masyarakat Kecamatan Boyolangu menabung di bank syariah, hal ini karena gaya hidup hemat yang dilakukan oleh masyarakat dapat memicu masyarakat lebih berhati-hati dalam memilih produk tabungan di suatu perbankan.  
<sup>12</sup>Persamaan dari penelitian ini yaitu meneliti tentang pengetahuan dan gaya hidup. Perbedaan penelitian ini yaitu terletak di variabel bebas dimana

---

<sup>11</sup> Imam Saleh Pulungan, “Pengaruh Pendapatan dan Lingkungan Sosial Terhadap minat Menjadi Nasabah Di bank Syariah (study kasus masyarakat Wek. II Batang Toru) <http://etd.iain-padangsidempuan.ac.id/7696/1/1740100182.pdf>

<sup>12</sup> Linda Fitrianingrum, “Pengaruh Pengetahuan, Gaya Hidup, Pendapatan, Kepribadian dan Promosi terhadap Minat Menabung di Bank Syariah (Study pada masyarakat Kecamatan Boyolangu Kabupaten Talungagung), <http://repo.uinsatu.ac.id/24009/>

penelitian ini membahas pengaruh pendapatan dan kepribadian terhadap minat menabung sedangkan penelitian ini tidak membahas variabel tersebut.

4. Siti Raihana, dengan judul “Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Lokasi dan Lingkungan Sosial terhadap Minat Menabung di Bank Aceh Syariah Cabang Jeuram”. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode pengumpulan data menggunakan angket, objek yang diteliti yaitu masyarakat dimana populasinya adalah masyarakat Kecamatan Seunagan Kabupaten Negan Raya dan sampel yang digunakan sebanyak 100 responden. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh pengetahuan tidak berpengaruh terhadap minat masyarakat Kecamatan Seunagan Kabupaten Negan Raya terhadap minat menabung di bank syariah, meskipun mereka memiliki pengetahuan dan pemahaman mengenai bank syariah tapi untuk tidak membuatnya untuk melakukan transaksi di bank syariah. Begitupula variabel lingkungan sosial tidak berpengaruh terhadap minat masyarakat Kecamatan Seunagan Kabupaten Negan Raya untuk menabung di bank syariah<sup>13</sup>. Persamaan dari penelitian ini yaitu membahas tentang pengetahuan dan lingkungan sosial sebagai variabel independennya. Perbedaan penelitian ini yaitu ada variabel yang tidak dibahas penelitian terdahulu dibahas dipenelitian ini dan sebaliknya.
5. Awal Habibah dan Afriani Nur Hasanah, dengan judul “Pengetahuan Masyarakat tentang Perbankan Syariah terhadap Minat Menabung di Bank Syariah”. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan metode pengumpulan data berupa angket atau kusioner. Objek yang digunakan yaitu Masyarakat, populasi yang dipakai yaitu masyarakat Desa Pagar Puding Kecamatan Tebo Ulu dengan mengitung banyak kartu keluarga yang ada, dengan sampel penelitian sebanyak 100 KK. Penelitian ini mengungkapkan bahwa variabel pengetahuan berpengaruh signifikan

---

<sup>13</sup> Siti Raihana, “Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Lokasi dan Lingkungan Sosial terhadap Minat Menabung di Bank Aceh Syariah Cabang Jeuram”, *Global Journal of Islamic Banking and Finance*, Vol.2, No.2, 2020, <https://jurnal.ar-raniry.ac.id/index.php/jihbiz/article/view/8643>

terhadap minat menabung masyarakat, untuk masyarakat yang pernah menabung dimana semakin tinggi pengetahuan masyarakat mengenai bank syariah maka semakin tinggi pula minat transaksionalnya dan minat referensialnya menabung di bank syariah. Serta untuk masyarakat yang tidak pernah menggunakan produk perbankan syariah semakin tinggi pengetahuannya maka kemungkinan besar minat preferensial dan eksploratifnya untuk menabung di bank syariah semakin tinggi pula. Masyarakat memiliki persepsi tentang label syariah yang ada pada bank syariah dimana mereka beranggapan jika menabung di bank syariah mereka terhindar dari bahaya riba<sup>14</sup>. Persamaan penelitian ini yaitu sama sama memakai penelitian kuantitatif dan meneliti tentang pengetahuan. Sedangkan perbedaan penelitian ini yaitu terdapat di variabel independennya dimana penelitian terdahulu hanya membahas variabel pengetahuan sebagai variabel bebas sedangkan peneliti membahas lingkungan sosial dan gaya hidup sebagai variabel bebas.

## **B. Landasan Teori**

### **1. Minat**

#### **a. Pengertian minat**

Dalam kamus besar Bahasa Indonesia minat diartikan sebagai kecenderungan hati dan keinginan yang tinggi<sup>15</sup>. Menurut Slameto (2003), minat merupakan suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal tanpa ada yang menyuruh. Minat pada dasarnya merupakan penerimaan akan suatu hubungan antar diri sendiri dengan suatu diluar diri. Semakin kuat atau hubungan tersebut maka semakin sebar minat.<sup>16</sup> Minat merupakan keinginan yang timbul dari diri sendiri tanpa ada paksaan dari orang lain agar mencapai suatu tujuan tertentu. Minat merupakan rasa senang dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas tanpa

---

<sup>14</sup> Awal Habibah dan Afriani Nur Hasanah, "Pengetahuan Masyarakat tentang Perbankan Syariah terhadap Minat Menabung di Bank Syariah", *Margin: Journal of Islamic Bankin*, Vol.1, No.1, 2021, <https://e-journal.lp2m.uinjambi.ac.id/ojs/index.php/margin/article/download/841/458>

<sup>15</sup> KBBI, "Minat" <https://kbbi.web.id/minat>

<sup>16</sup> Asnawati Matondang, "Pengaruh Antar Minat dan Motivasi Dengan Prestasi Belajar", *Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, Vol.2, No.2, 2018, 25, <https://jurnal.uisu.ac.id/index.php/Bahastra/article/view/1215>

ada yang menyuruh, biasanya juga kecenderungan untuk mencari objek yang disenangi. Minat juga dikenal dengan keputusan pembelian atau pemakaian produk dan jasa tertentu. Keputusan pembelian adalah proses pembelian yang mencakup pilihan yang akan dibeli atau tidak melakukan pembelian, keputusan ini diperoleh dari kegiatan sebelumnya yaitu kebutuhan dana yang dimiliki.<sup>17</sup>

#### **b. Jenis-jenis minat**

Minat digolongkan menjadi beberapa jenis, antara lain:

- 1) Minat Primitif, merupakan minat yang tidak didasari atau asli dan alamiah belum terpengaruh alam sekitar atau juga timbul karena kebutuhan biologis.
- 2) Minat Kultural, merupakan minat yang terjadi serta terbentuk atas pengaruh kebudayaan atau cultural. Minat ini timbul karena adanya proses belajar dan secara tidak langsung berhubungan dengan diri kita
- 3) Minat intrinsik, merupakan minat terhadap perasaan yang mengungkapkan bahwa pengalaman yang di dapatkan dan bersifat menyenangkan.
- 4) Minat ekstrinsik, merupakan minat yang berhubungan dengan tujuan akhir keinginan tersebut, apabila tujuannya sudah terpenuhi kemungkinan minat tersebut akan hilang.<sup>18</sup>

#### **c. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat**

Minat seseorang untuk suatu objek ataupun hal tertentu tidak akan muncul dengan sendiri secara tiba-tiba dari diri individu, tetapi minat timbul karena memiliki suatu proses, banyak faktor yang mempengaruhi minat seseorang. Menurut Crow and Crow mengemukakan ada 3 faktor yang mendasari timbulnya minat seseorang yaitu:

Faktor dorongan yang berasal dari dalam diri, faktor ini bisa berupa kebutuhan yang berkaitan dengan jasmani dan rohani

- 1) Faktor motif sosial, faktor ini berupa kebutuhan untuk mendapatkan penghargaan dari lingkungan dimana mereka tinggal

---

<sup>17</sup> Megasari dan Nila Kartika Putri, "Analisis Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kenyamanan, Manfaat dan Kepercayaan yang Mempengaruhi Minat Menggunakan BSI Mobile Palopo", *Journal of Islamic Economic and Business*, Vol.3, No.1, 2021. <https://ejournal.iainpalopo.ac.id/index.php/alkharaj/article/view/3767>

<sup>18</sup> Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2018), 15.

- 2) Faktor emosional, faktor ini adalah ukuran intensitas seseorang dalam menaruh perhatian terhadap suatu aktivitas atau obyek tertentu.

Menurut Rober dalam Muhibbin Syah (2005) mengemukakan faktor yang mempengaruhi minat ada 2 yaitu yang pertama faktor internal yang dimana merupakan sesuatu yang membuat berminat terhadap suatu hal yang datangnya dari dalam diri, faktor internal ini yaitu pemusatn perhatian, motivasi, kebutuhan serta keingintahuan. Sedangkan yang kedua faktor eksternal merupakan sesuatu yang membuat berminat yang datangnya dari luar diri, seperti keluarga, rekan, tersedia sarana atau orasarana, fasilitas dan keadaan yang ada.<sup>19</sup>

#### **d. Indikator minat**

Adapun indikator minat yaitu:

- 1) Minat Transaksional, merupakan kecenderungan konsumen untuk membeli suatu produk atau mengambil tindakan yang berhubungan dengan pembelian yang diukur dengan tingkat kemungkinan konsumen melakukan pembelian.
- 2) Minat Refrensial, merupakan minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki preferensi utama pada produk tersebut.
- 3) Minat Preferensial, merupakan minat yang menggambarkan suatu pilihan yang diambil dan dipilih konsumen dari berbagai macam pilihan yang tersedia.
- 4) Minat Eksploratif, menunjukkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminati dan mencari produk lain yang akan mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut

## **2. Gaya Hidup (*Lifestyle*)**

### **a. Pengertian gaya hidup**

Gaya hidup adalah cara setiap individu menghabiskan waktunya, dimana mereka akan melakukan hal-hal yang dianggap penting serta apa yang mereka pikirkan tentang orang lain ataupun diri sendiri. Menurut sumarwan, Gaya hidup

---

<sup>19</sup> Iin Soraya, "Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Jakarta Dalam Mengakses Fortal Media Jakarta Smart City", *Jurnal Komunikasi*, Vol.6, No.1, 2015, 12, <https://ejournal.bsi.ac.id/ejournal/index.php/jkom/article/view/2458>

didefinisikan juga sebagai kegiatan, minat dan opini dari seseorang (*activities, interests, and opinion*). Gaya hidup seseorang biasanya tidak permanen dan cepat berubah. Seseorang mungkin dengan cepat mengganti model dan merek pakaiannya karena menyesuaikan dengan perubahan hidupnya.<sup>20</sup> Dimana ada banyak elemen dalam membentuk gaya hidup seperti cara berpakaian, cara bekerja, pola konsumsi, cara berinteraksi dengan individu lain, dan cara bagaimana individu tersebut menghabiskan waktu mereka sehari-hari.<sup>21</sup> Oleh karena itu dapat dijelaskan bahwa gaya hidup adalah keseluruhan cara hidup seseorang dalam berinteraksi dengan lingkungannya.

#### **b. Jenis-jenis Gaya Hidup**

Menurut Howen dan Minor, gaya hidup mempunyai 9 jenis yaitu:

- 1) *Funcionalists*, mereka menghabiskan untuk hal-hal yang mereka anggap penting.
- 2) *Nurturers*, muda dan berpendapatan rendah. Mereka berfokus membangun rumah tangga, dan nilai keluarga.
- 3) *Aspires*, Menikmati gaya hidup tinggi dengan membelanjakan sejumlah uang di atas rata-rata untuk membeli barang branded.
- 4) *Experientials*, Membelanjakan jumlah di atas rata-rata terhadap barang hiburan, hobi, dan kesenangan.
- 5) *Succeeders*, rumah tangga yang mapan. Berusia setengah baya dan berpendidikan tinggi. Pendapatan tertinggi dari kesembilan kelompok. Menghabiskan banyak waktu pada pendidikan dan kemajuan diri. Menghabiskan uang di atas rata-rata untuk hal-hal yang berhubungan dengan pekerjaan.
- 6) *Moral majority*. Pengeluaran yang besar untuk organisasi pendidikan, masalah politik dan gereja. Berada pada tahap empty-nest. Pendapatan tertinggi kedua. Pencari nafkah tunggal.

---

<sup>20</sup> Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. (Bogor: Ghalia Indonesia, 2018), 135.

<sup>21</sup> Bagong Suyanto, *Sosiologi Ekonomi*. (Jakarta: PT Kharisma Putra Utama, 2013), 138

- 7) *The golden years*. Kebanyakan adalah para pensiunan, tetapi pendapatannya tertinggi ketiga. Melakukan pembelian tempat tinggal kedua. Melakukan pengeluaran yang besar pada produk-produk padat modal dan hiburan.
- 8) *Sustainers*. Kelompok orang dewasa dan tertua. Sudah pensiun. Tingkat pendapatan terbesar dibelanjakan untuk kebutuhan sehari-hari dan alkohol. Pendidikan rendah, pendapatan terendah kedua.
- 9) *Subsisters*. Tingkat sosial ekonomi rendah. Persentase kehidupan pada kesejahteraan di atas rata-rata. Kebanyakan merupakan keluarga-keluarga dengan pencari nafkah dan orang tua tunggal jumlahnya di atas rata-rata kelompok minoritas.<sup>22</sup>

**c. Faktor- faktor yang mempengaruhi gaya hidup**

Adapun faktor internal yang mempengaruhi gaya hidup adalah:

1) Sikap

Sikap merupakan kecenderungan yang dipelajari dalam berperilaku dengan cara menyenangkan ataupun tidak menyenangkan terhadap suatu objek tertentu. Model sikap terdiri dari tiga komponen yang utama yaitu yang pertama komponen kognitif dimana pengetahuan dan persepsi yang diperoleh berdasarkan kombinasi pengalaman langsung dengan obyek sikap dan informasi yang berkaitan dari berbagai macam sumber sehingga menumbuhkan kepercayaan. Komponen afektif yaitu emosi atau juga perasaan konsumen mengenai produk atau merek tertentu, yang dimana menimbulkan kebahagiaan, kesedihan, marah, malu, kesusahan, ataupun keheranan. Selanjutnya komponen konatif atau konotasi berhubungan dengan tindakan atau perilaku terhadap obyek, dalam riset pemasaran merek yang dinilai positif akan mempengaruhi sikap dan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian merek yang sebenarnya.

2) Pengalaman

Pengalaman dapat mempengaruhi pengamatan sosial dalam bertingkah laku, pengalaman didapat dari seluruh tindakan dimasa lalu yang dapat

---

<sup>22</sup> Muchlisin Riadi, "Pengertian, jenis, indikator, dan faktor yang mempengaruhi gaya hidup", <https://www.kajianpustaka.com/2018/03/pengertian-jenis-indikator-dan-faktor-yang-mempengaruhi-gaya-hidup.html>

dipelajari, melalui pengalaman orang akan memperoleh hasil, dimana hasil dari pengalaman ini akan dapat membentuk pandangan terhadap suatu obyek.<sup>23</sup>

### 3) Kepribadian

Kepribadian merupakan konfigurasi karakteristik individu dan cara mereka berperilaku yang menentukan perbedaan perilaku dari setiap individu. Teori psikologi kepribadian mempelajari individu secara spesifik, siapa dia, apa yang dimilikinya, dan apa yang dikerjakannya.<sup>24</sup>

### 4) Motif

Perilaku individu muncul karena adanya motif kebutuhan untuk merasa aman dan kebutuhan terhadap prestise merupakan beberapa contoh motif. Apabila motif seseorang terhadap kebutuhannya akan prestise itu besar maka akan membentuk gaya hidup cenderung mengarah kepada gaya hidup hedonis.

### 5) Persepsi

Persepsi merupakan proses dimana seorang individu memilih, mengatur, dan juga menginterpretasikan informasi untuk membentuk suatu gambaran yang berarti mengenai dunia atau lingkungannya.

Adapun faktor eksternal yang dijelaskan oleh Nugraheni yang mempengaruhi gaya hidup adalah:

- 1) Kelompok referensi, merupakan kelompok yang memberikan pengaruh langsung ataupun tidak langsung terhadap sikap dan perilaku seseorang.
- 2) Keluarga, memegang peranan terbesar dan terlama dalam hal membentuk sikap dan perilaku individu. Hal ini dikarenakan pola asuh orang tua akan membentuk kebiasaan pada anak yang secara tidak langsung mempengaruhi pola hidupnya.

---

<sup>23</sup> Purboyo dan Nuril Huda, 'Pengaruh Faktor Eksternal, Internal, dan Gaya hidup Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor di Banjarmasin', *Jurnal wawasan Manajemen*, Vol.5, No.2 2017, 185, <http://jwm.ulm.ac.id/id/index.php/jwm/article/view/108>

<sup>24</sup> Alwisol, *Psikologi Kepribadian*, (Malang : UMM Press, 2009), 2.

- 3) Kelas sosial, merupakan kelompok yang relative homogen dan bertahan lama dalam sebuah masyarakat, yang tersusun dalam sebuah jenjangan urutan, dan sama

**d. Hubungan gaya hidup terhadap minat memilih produk**

Gaya hidup atau *Lifestyle* seseorang, bagaimana mereka menghabiskan uang dan memanfaatkan waktunya itu arti dari gaya hidup. Gaya hidup termasuk ke dalam minat ekstrinsik, yaitu minat yang berhubungan dengan tujuan akhir keinginan tersebut, apabila tujuannya sudah terpenuhi kemungkinan minat tersebut akan hilang. Orang akan cepat mengganti model dan merek pakaiannya karena menyesuaikan dengan zaman dan perubahan yang tengah berkembang. Orang yang memiliki gaya hidup yang tinggi akan memiliki spekulasi pada pasar modal dan investasi di perusahaan yang menjanjikan, berbeda dengan orang yang memiliki gaya hidup yang rendah, mereka tidak akan berspekulasi begitu.

Gaya hidup perlu diketahui karena pola hidup yang berhubungan dengan uang mempengaruhi keputusan dalam menabung. Minat dalam memilih produk berkaitan dengan kebutuhan dan kondisi tertentu. Seseorang yang memiliki pengendalian hidup yang baik dan sesuai dengan kondisi ekonominya akan mempengaruhi perilaku ekonominya. Mereka akan berinvestasi dan menabung di bank karena dinilai lebih baik bagi kehidupan dalam sisi keuangan. Dengan produk yang bervariasi di bank syariah dan sesuai dengan kebutuhan, tentunya akan mempengaruhi dalam minat mereka memilih produk bank syariah.

Dalam penelitian yang dilakukan Rifqo Yatul Ulya dengan judul “Pengaruh Gaya Hidup, Religiusitas, dan Literasi Keuangan Syariah Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Purwokerto terhadap Minat Memilih Produk Bank Syariah”. penelitian ini menjelaskan bahwa tidak ada pengaruh secara parsial dari variabel gaya hidup terhadap minat menggunakan produk perbankan syariah, dimana faktor gaya hidup mahasiswa IAIN Purwokerto tidak mempengaruhinya memilih produk perbankan syariah.<sup>25</sup> Berbanding terbalik dengan penelitian yang

---

<sup>25</sup> Rifqo Yatul Ulya, “Pengaruh Gaya Hidup, Religiusitas, dan Literasi Keuangan Syariah Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Purwokerto terhadap Minat Memilih Produk Bank Syariah”, 2020, <http://repository.uinsaizu.ac.id/8093/>

dilakukan oleh Linda Fitrianingrum, dengan judul “Pengaruh Pengetahuan, Gaya Hidup, Pendapatan, Kepribadian dan Promosi terhadap Minat Menabung di Bank Syariah (Study pada masyarakat Kecamatan Boyolangu Kabupaten Talungagung)”. Dimana hasil penelitian ini menunjukkan gaya hidup berpengaruh terhadap minat masyarakat Kecamatan Boyolangu menabung di bank syariah, hal ini karena gaya hidup hemat yang dilakukan oleh masyarakat dapat memicu masyarakat lebih berhati-hati dalam memilih produk tabungan di suatu perbankan.<sup>26</sup>

#### e. Indikator Gaya Hidup

Didalam buku Nugroho J setiadi (2019) terdapat inventarisasi gaya hidup oleh Plummer yaitu:

Tabel 2.1 Inventarisasi Gaya Hidup

| Aktivitas        | Minat     | Opini                |
|------------------|-----------|----------------------|
| Bekerja          | Keluarga  | Diri mereka sendiri  |
| Hobi             | Rumah     | Masalah sosial       |
| Peristiwa sosial | Pekerjaan | Politik              |
| Liburan          | Komunitas | Bisnis               |
| Hiburan          | Rekreasi  | Ekonomi              |
| Anggota klub     | Pakaian   | Pendidikan           |
| Komunitas        | Makanan   | Produk               |
| Belanja          | Media     | Masa depan           |
| olahraga         | Prestasi  | budaya <sup>27</sup> |

Dimana indikator atau alat ukur dalam menentukan gaya hidup adalah: Aktivitas yang menanyakan kondumen tentang apa yang telah mereka lakukan, apa yang telah mereka beli dan juga bagaimana cara mereka menghabiskan waktu mereka, Minat yang disesuaikan dengan preferensi dan prioritas konsumen itu

<sup>26</sup> Linda Fitrianingrum, “Pengaruh Pengetahuan, Gaya Hidup, Pendapatan, Kepribadian dan Promosi terhadap Minat Menabung di Bank Syariah (Study pada masyarakat Kecamatan Boyolangu Kabupaten Talungagung), <http://repo.uinsatu.ac.id/24009/>

<sup>27</sup> Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen*, Ed.revisi, (Jakarta: Kencana, 2019), 82.

sendi., Opini yang mengkaji pandangan dan perasaan tentang isu-isu, peristiwa, isu lokal, ekonomi, moral dan sosial.

### **3. Lingkungan Sosial**

Lingkungan sosial atau masyarakat merupakan orang atau individu lain yang mempengaruhi kita, termasuk cara pergaulan, adat istiadat, agama ataupun kepercayaan. Pengaruh lingkungan sosial ini ada yang diterima secara langsung dan ada juga yang tidak diterima secara langsung. Besar kecilnya pengaruh lingkungan terhadap pertumbuhan tergantung kepada keadaan lingkungan serta jasmani dan rohaninya.<sup>28</sup>

Lingkungan sosial adalah faktor yang dapat mempengaruhi individu atau kelompok untuk dapat melakukan suatu tindakan atau juga perubahan perilaku setiap individu. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa lingkungan sosial yaitu wadah atau sarana untuk berinteraksi dengan orang lain dan juga membentuk sebuah pribadi serta akan mempengaruhi tingkahlaku seseorang.<sup>29</sup>

#### **a. Aspek lingkungan sosial**

Aspek dalam lingkungan sosial terbagi atas 3 hal yaitu:

##### **1) Lingkungan keluarga**

Lingkungan keluarga memberikan kontribusi yang sangat penting dalam perkembangan anak menjadi individu yang berpribadi dan berguna bagi masyarakat. Orang tua merupakan pendidik sejati, dimana pendidik karena kodratnya. Sebab itu, kasih sayang orang tua terhadap anak hendaklah yang sejati pula pengaruh keluarga akan berbeda beda satu sama lain dan berbeda setiap anak. Dengan berbagai macam kondisi keluarga akan membawa pengaruh yang berbeda-beda terhadap anak.

##### **2) Lingkungan sekolah**

Sekolah berfungsi untuk membantu kebutuhan keluarga yang tidak mampu memberikan bekal persiapan hidup bagi anak. Bekal yang dimaksud yaitu kepandaian dan kecakapan dalam masyarakat modern, yang telah berkembang

---

<sup>28</sup> M Dalyono, *Psikologi Pendidikan*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2012), 133-134.

<sup>29</sup> Endin Nasrudin, *Psikologi Pendidikan*, (Bandung: Lagood's Publishing, 2021), 92.

segala aspek kehidupannya seperti sekarang ini, anak tidak cukup hanya menerima pendidikan dan pengajaran dari keluarga saja.

### 3) Lingkungan masyarakat

Dimensi yang sangat penting dalam lingkungan yaitu masyarakat. Lingkungan masyarakat mencakup unsur individu, kelompok, sumber alami, budaya, sistem nilai dan norma, kondisi atau situasi masalah, dan juga berbagai hambatan yang terjadi di masyarakat secara keseluruhan

## **b. Hubungan Lingkungan Sosial terhadap Minat Menggunakan Produk Bank Syariah**

Dapat diketahui bahwa lingkungan sosial merupakan akses sumber informasi, berarti seseorang akan melakukan interaksi sosial terhadap dua orang atau lebih dengan cara berdiskusi tentang sesuatu hal secara langsung ataupun tidak langsung agar mendapatkan informasi. Lingkungan sosial termasuk ke dalam minat kultural dimana minat yang timbul atas pengaruh kebudayaan atau kultural, minat ini timbul karena adanya proses belajar dan secara tidak langsung berhubungan dengan diri kita. Dari observasi awal diketahui masyarakat generasi milenial mengetahui bank syariah dari keluarga, teman, lingkungan pendidikan, teman kerja ataupun masyarakat lain. Keinginan untuk menabung di bank syariah ada pada diri masing-masing orang, akan tetapi faktor pendukung keinginan tersebut dipengaruhi oleh beberapa faktor salah satunya faktor lingkungan sosial.<sup>30</sup>

Hal ini diperkuat dengan penelitian yang dilakukan Bayu Aswandi dengan judul “Pengaruh Lingkungan Sosial Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah (study kasus di desa Bujak Kecamatan Batukliang Kabupaten Lombok Tengah NTB)”. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh lingkungan sosial terhadap minat masyarakat menabung di bank Syariah di desa Bujak Kecamatan Batukliang. Dimana lingkungan sosial tidak bisa dipisahkan dari masyarakat, dari kecil hingga tua pengaruh lingkungan sosial

---

<sup>30</sup> Isma Aulia Khairunisa dan Hendry Cahyono, “Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, dan Lingkungan Sosial terhadap Minat Menabung Menggunakan Bank Syariah”, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol.3, No.3, 2020 <https://journal.unesa.ac.id/index.php/jei/article/view/9624>

secara tidak langsung dan secara langsung telah menjadi sistem komunikasi di antara mereka, serta lingkungan keluarga, kerabat, teman, dan perilaku masyarakat setempat yang ada merupakan peran penting yang mungkin mempengaruhi masyarakat dalam mengambil keputusan memilih menggunakan produk perbankan syariah.<sup>31</sup> Akan tetapi penelitian yang dilakukan oleh Amalia Martha Supri Ekawati dengan judul penelitiannya “Pengaruh Pengetahuan, Lingkungan Sosial, dan Promosi terhadap Minat Menabung Siswa SMA pada Bank Syariah”. Hasil penelitian ini mengungkapkan hasil yang berbeda dari sebelumnya dimana lingkungan sosial tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung siswa sekolah menengah atas pada bank syariah, hal ini menunjukkan lingkungan sosial tidak mempengaruhi mereka dalam mengambil keputusan untuk menggunakan produk perbankan syariah.<sup>32</sup>

#### **4. Pengetahuan**

##### **a. Pengertian pengetahuan**

Pengetahuan berasal dari kata “Tahu”, didalam kamus Besar Bahasa Indonesia kata tahu memiliki makna antara lain mengerti sesudah melihat, mengenal dan mengerti. Mubarak (2011), mengartikan bahwa pengetahuan sebagai segala sesuatu yang diketahui berdasarkan pengalaman yang dialaminya. Sebagian besar pengetahuan manusia diperoleh melalui mata dan telinga, pengetahuan juga dominan yang sangat penting dalam membentuk tindakan seseorang.<sup>33</sup>

Pengetahuan pada dasarnya dapat dilihat pada saat individu menggunakan pikiran mereka untuk mengenali objek ataupun peristiwa tertentu yang belum dilihat atau dirasakan sebelumnya. Pengetahuan sangat berkaitan dengan

---

<sup>31</sup> Bayu aswadi, “Pengaruh Lingkungan Sosial Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah (Study Kasus Di Desa Bujak Kecamatan Batukaliang Kabupaten Lombok Tengah Ntb)” <http://etheses.uinmataram.ac.id/2463/>

<sup>32</sup> Amalia Martha Supri Ekawati, “Pengaruh Pengetahuan, Lingkungan Sosial, dan Promosi terhadap Minat Menabung Siswa SMA pada Bank Syariah”, 2020, <https://digilib.uin-suka.ac.id/40495/>

<sup>33</sup> Darsini, Fahrurrozi, Eko Agus Cahyono, “Pengetahuan”, *Jurnal Keperawata*, Vol.12, No.1, 2019, h 97, <https://e-journal.lppmdianhusada.ac.id/index.php/jk/article/view/96>

pendidikan, akan tetapi pengetahuan ini tidak sepenuhnya di dapatkan dari pendidikan saja melainkan bisa didapatkan dari lingkungan sekitar.<sup>34</sup>

#### **b. Faktor-faktor yang mempengaruhi pengetahuan**

Menurut Notoatmodjo (2003), faktor-faktor yang dapat mempengaruhi pengetahuan yaitu:

- 1) Tingkat pendidikan, kemampuan belajar yang dimiliki manusia merupakan bekal yang sangat pokok, tingkat pendidikan dapat menghasilkan suatu perubahan dalam memperoleh pengetahuan
- 2) Informasi, semakin banyak panca indra yang digunakan manusia untuk menerima semakin banyak dan semakin jelas pengetahuan yang diperoleh, yang diperoleh melalui media cetak ataupun elektronik.
- 3) Budaya, sangat mempengaruhi tingkat pengetahuan seseorang, karena informasi baru akan disaring kira-kira sesuai tidaknya dengan budaya yang ada dan agama yang dianut.
- 4) Sosial ekonomi, status sosial ekonomi mempengaruhi tingkat pengetahuan seseorang karena semakin tinggi ekonomi maka semakin muda seseorang untuk menimba ilmu dan semakin baik kualitas hidupnya.
- 5) Pengalaman, berkaitan dengan umur dan tingkat pendidikan seseorang, artinya pendidikan yang tinggi dan pengalaman yang lebih luas akan menjadikan pengetahuan seseorang meningkat.<sup>35</sup>

#### **c. Indikator pengetahuan**

Engel dan Minor membagi pengetahuan konsumen kedalam tiga jenis tingkatan yaitu:

- 1) Pengetahuan Produk

Pengetahuan produk merupakan sekumpulan berbagai macam informasi mengenai suatu produk. Pengetahuan ini meliputi kesadaran terhadap kategori

---

<sup>34</sup> Ismail Nurdin dan Sri Hartati, *Metedeologi Penelitian Sosial*, (Surabaya: Media Sahabat Cendekia, 2019), 1

<sup>35</sup> Nuriana, “ Pengaruh Sosialisasi dan Pengetahuan terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Produk Koperasi Bakhti Huria Syariah Kota Palopo”. <http://repository.iainpalopo.ac.id/id/eprint/5028/>

dan merek produk, terminology produk, atribut atau ciri produk, harga produk, dan kepercayaan mengenai produk.

2) Pengetahuan Pembelian

Pengetahuan pembelian terdiri atas pengetahuan tentang dimana produk dan kapan produk tersebut dibeli. Ketika konsumen memutuskan akan membeli suatu produk, maka ia akan menentukan dimana mereka membeli produk yang di inginkan. Keputusan konsumen dalam memilih tempat pembelian produk akan sangat ditentukan oleh pengetahuannya.

3) Pengetahuan Pemakaian

Pengetahuan ini mencakup informasi yang tersimpan didalam ingatan mengenai cara suatu peoduk dapat digunakan dan yang diperlukan untuk menggunakan produk. Suatu produk akan memberikan manfaat pada pembelinya apabil produk tersebut telah digunakan atau dikonsumsi konsumen.

**d. Hubungan tingkat pengetahuan terhadap minat menggunakan produk perbankan syariah**

Pengetahuan akan suatu produk perbankan syariah akan berpengaruh terhadap keputusan individu dalam menggunakan atau tidak menggunakan produk perbankan syariah. Pengetahuan merupakan minat intrinsik dimana minat yang timbul karena ada perasaan yang mengungkapkan bahwa pengalaman yang di dapatkan dan bersifat menyenangkan. Pengetahuan terhadap perbankan syariah sangat mempengaruhi sikap masyarakat terhadap produk yang ditawarkan sehingga semakin baik pengetahuan masyarakat maka semakin memicu menggunakan produk perbankan syariah dan sebaliknya, apabila pengetahuan masyarakat tentang bank syariah memiliki keterbatasan mengakibatkan persepsi mereka yang kurang baik terhadap perbankan syariah.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Sigit Setiyo Nugroho dengan judul penelitian “Pengaruh Pengetahuan Produk Perbankan Syariah terhada Minat Menabung Dosen FIAI Kopertais III DJ Yogyakarta di Bank Syariah”, menyatakan bahwa pengetahuan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat menabung dosen FIAI kopertais di bank syariah. Sehingga dapat disimpulkan

bahwa apabila pengetahuan mengenai produk perbankan syariah baik maka minat menabung seseorang akan semakin baik pula dan sebaliknya, dimana minat menabung merupakan rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal ayau aktivitas tanpa ada yang menyuruh.<sup>36</sup>

Akan tetapi penelitian yang dilakukan oleh Siti Raihana, dengan judul “Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Lokasi dan Lingkungan Sosial terhadap Minat Menabung di Bank Aceh Syariah Cabang Jeuram”. Menunjukkan hasil yang berbanding terbalik dengan penelitian sebelumnya bahwa pengaruh pengetahu tidak berpengaruh terhadap minat masyarakat Kecamatan Seunagan Kabupaten Negan Raya terhadap minat menabung di bank syariah.<sup>37</sup>

## 5. Generasi Milenial

Menurut Kupperschmidt (2000) generasi merupakan sekelompok individu yang mengidentifikasi kelompoknya berdasarkan tahun kelahiran, lokasi umur, dan kejadian dalam kehidupan kelompok individu tersebut yang memiliki pengaruh signifikan dalam fase pertumbuhan mereka. Karl Mannheim pada tahun 1923, generasi milenial adalah generasi yang lahir pada rasio tahun 1980-2000, dimana generasi milenial disebut juga dengan generasi Y.

Generasi milenial mempunyai karakter unik berdasarkan pada wilayah dan kondisi sosial-ekonomi. Salah satu ciri utama dari generasi ini adalah ditandai dengan peningkatan pengguna dengan komunikasi, media, teknologi digital. Generasi ini mempunyai karakteristik komunikasi yang terbuka, pengguna media sosial yang fanatic, kehidupannya sangat berpengaruh terhadap perkembangan teknologi komunikasi, serta lebih terbuka dengan pandangan politik dan ekonomi.

---

<sup>36</sup> Sigit Setiyo Nugroho, “Pengaruh Pengetahuan Produk Perbankan Syariah terhadap Minat Menabung Dosen FIAI Kopertais III DJ Yogyakarta di Bank Syariah”, 2020, <https://dspace.uii.ac.id/bitstream/handle/123456789/28456/13423077%20Sigit%20Setiyo%20Nugroho.pdf?sequence=1>

<sup>37</sup> Siti Raihana, “Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Lokasi dan Lingkungan Sosial terhadap Minat Menabung di Bank Aceh Syariah Cabang Jeuram”, *Global Journal of Islamic Banking and Finance*, Vol.2, No.2, 2020, <https://jurnal.ar-raniry.ac.id/index.php/jihbiz/article/view/8643>

sehingga mereka terlihat sangat reaktif terhadap perubahan lingkungan yang terjadi disekelilingnya.<sup>38</sup>

## 6. Bank Syariah

Bank syariah terdiri atas dua kata yaitu bank dan syariah. Kata Bank bermakna lembaga keuangan yang memiliki fungsi sebagai perantara keuangan dari dua pihak, dimana pihak ini yaitu orang yang memiliki kelebihan dana dan juga pihak yang membutuhkan dana. Kata syariah sendiri dalam versi bank syariah di Indonesia merupakan perjanjian yang dilakukan oleh pihak bank dan pihak lain untuk menyimpan dana, pembiayaan kegiatan usaha dan aktivitas lainnya sesuai hukum islam.<sup>39</sup> Dimana bank syariah dikenal juga dengan *Islamic Banking* atau *Interest free Banking*, yaitu system perbankan yang operasionalnya tidak mengandung riba (sitem bunga), maisir, dan gharar.

### a. Produk bank syariah

Bank syariah menawarkan beberapa produk sebagai lembaga intermediasi keuangan yang dijalankan dalam kegiatan:

#### 1) Penghimpun dana

Penghimpunan dana di Bank Syariah diwujudkan dalam bentuk simpanan yaitu berupa Giro dan Tabungan, dengan berdasarkan akad yang sesuai prinsip syariah. Ada juga penghimpunan dana dengan investasi dimana berupa deposito yang juga akadnya tidak melanggar prinsip syariah.

Adapun prinsip yang dilakukan bank syariah bukan dengan prinsip riba (bunga) melainkan prinsip yang sesuai dengan syariat islam diantaranya adalah:

#### (a) Al Wadiah (Simpanan)

Al wadia merupakan simpanan pada bank syariah dimana titipan ini murni dari satu pihak ke pihak lain, baik itu titipan individu ataupun badan hukum yang harus dijaga dan dikembalikan kapan pun pentitip menghendaki. Akad wadiah terbagi atas dua yaitu Titipan wadiah yad amanah dimana

<sup>38</sup> BPS, *Profil Generasi Milenial Indonesia*, (Jakarta: Kementerian Peremberdayaan Perempuan dan perlindungan anak, 2018), 14-16

<sup>39</sup> Zainuddin Ali, *Hukum Perbankan Syariah*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2010), 1.

titipan murni dari pihak penitip yang memiliki barang kepada penyimpan yang dimana diberi kepercayaan atau amanah.<sup>40</sup>

(b) Mudharabah

Mudharabah merupakan akad kerja sama antara pemilik modal (shabibul maal) dengan pengelola (mudharib) untuk mendapatkan keuntungan, yang dimana pendapatan ini dibagi berdasarkan nisbah yang telah disepakati oleh kedua belah pihak diawal akad.<sup>41</sup>

2) Penyalur Dana

Produk pembiayaan yang dijalankan perbankan syariah diantaranya adalah:

(a) Pembiayaan Dengan Prinsip jual Beli

Prinsip jual beli dalam islam terbagi menjadi 3 yaitu Bai al-Murabahah, Bai al-Istihna, Bai as-Salam,<sup>42</sup>

(b) Pembiayaan Dengan Bagi Hasil

Bagi hasil merupakan bentuk pembiayaan alternative yang berbeda dengan system bunga. Sesuai dengan namanya skema bagi hasil berupa pembagian atas hasil usaha yang dijalankan dengan pembiayaan. Prinsip bagi hasil dalam Bank Syariah diterapkan dakan pembiayaan dengan akad utama yaitu Mudharabah, Musyarakah, Ijarah (sewa).

(c) Pembiayaan Dengan Akad Pelengkap

Qardh (Pinjaman), dimana memberikan pinjaman dana kepada nasabah dengan ketentuan bahwa nasabah wajib mengembalikan dana yang diterimanya pada waktu yang telah disepakati di awal.<sup>43</sup> Ar rahn merupakan menahan salah satu dari harta milik si peminjam sebagai jaminan atas barang yang dipinjamnya, dan barang yang dijaminakan harus memilki nilai ekonomis

b. Produk jasa perbankan

Produk perbankan syariah dibidang jasa anantara lain:

<sup>40</sup> Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Kencana Pranamedia Group, 2013), 63.

<sup>41</sup> Irfan, *Analisis Pembiayaan Mudharabah perbankan Syariah di Indonesia*, (Aceh: Unimal Press, 2018), 19-20.

<sup>42</sup> Wiroso, *Produk Perbankan Syariah*, (Jakarta: PT Sardo Serana Media, 2009), 167.

<sup>43</sup> OJK, "Akad-akad Dalam Transaksi Perbankan Syariah", <http://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/tentang-syariah/pages/akad-PBS.aspx>

- 1) Wakalah, atau pemberi kuasa secara umum dapat didefinisikan sebagai suatu perjanjian dimana seseorang mendelegasikan atau menyerahkan suatu wewenang kepada orang lain untuk menyelesaikan suatu urusan, dan pihak lain melaksanakan urusan tersebut untuk pemberi kuasa.
- 2) Kafalah, merupakan jaminan yang diberikan penanggung kepada pihak ketiga untuk memenuhi kewajiban pihak kedua atau yang ditanggung. Dapat juga diartikan sebagai pengalihan tanggung jawab dari suatu pihak ke pihak lain, dalam dunia perbankan bisa dilakukan dalam hal pembiayaan dengan jaminan seseorang.
- 3) Hawalah, merupakan pengalihan utang dari orang yang mempunyai utang kepada orang lain yang wajib menanggungnya. Dalam dunia perbankan atau keuangan dikenal dengan istilah kegiatan anjak piutang atau *factoring*.<sup>44</sup>

c. Prinsip-prinsip Bank Syariah

Berdasarkan falsafah dasar sistem ekonomi islam dan visi, misi perbankan tersebut, maka lembaga keuangan syariah akan menerapkan ketentuan sebagai berikut:

- 1) Menjauhkan diri dari adanya unsur riba.
- 2) Menerapkan sistem yang menetapkan tambahan atas uang diawal yang bukan atas perkara yang memiliki utang secara sukarela, seperti penempatan Bunga di bank Konvensional.
- 3) Menerapkan prinsip sistem bagi hasil dan jual beli.
- 4) Prinsip keadilan, terlihat dari penerapan sistem bagi hasil dan pengambilan keuntungan berdasarkan hasil kesepakatan dari kedua belah pihak.
- 5) Prinsip kesamaan, terlihat dengan penempatan posisi nasabah dan bank dengan posisi sederajat. Kesamaan ini terwujud dalam hak, kewajiban, resiko, dan keuntungan yang berimbang diantara nasabah penyimpan dana, pengguna dana, maupun bank.<sup>45</sup>

---

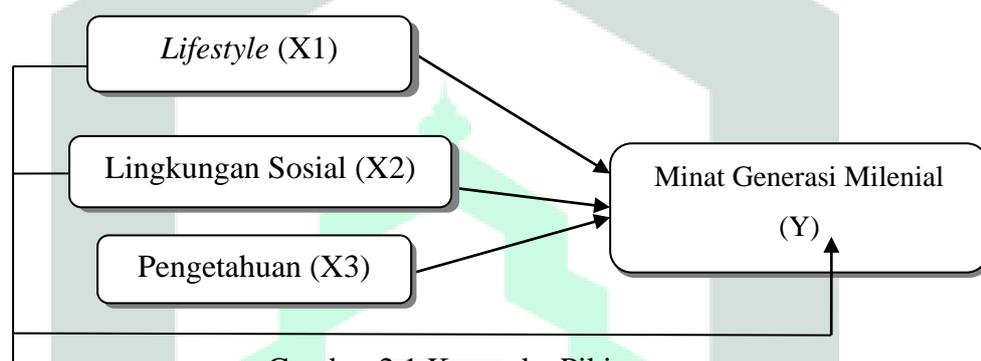
<sup>44</sup> Nur Kasanah dan Mohammad Ghozali, "Analisis Hukum Terhadap Praktik Produk Jasa Perbankan Syariah (Fee Based Service)", *Jurnal Diklat Keagamaan*, Vol.12, No.2, 2018, 98-99, <https://bdksurabaya.e-journal.id/bdksurabaya/article/download/51/29>

<sup>45</sup> Naf'an, *Pembiayaan Musyarakah dan Mudharabah*, (Yogyakarta: Graha Ilmu 2014), 23-25.

### C. Kerangka Pikir

Variabel *independen* disebut juga dengan variabel bebas atau juga variabel stimulus yaitu variabel yang mempengaruhi variabel lainnya. Sedangkan variabel *dependen* atau juga disebut variabel terikat yaitu variabel yang diukur atau diamati dalam suatu penelitian untuk menyesuaikan ada tidaknya pengaruh dari variabel bebas.<sup>46</sup> Kerangka pikir yaitu suatu kerangka alur yang memberikan gambaran mengenai hubungan antara teori dan faktor-faktor yang menjadi inti permasalahan konseptual dalam sebuah penelitian.

Penelitian Pengaruh *Lifestyle*, Lingkungan Sosial, dan Pengetahuan Terhadap Minat Generasi Milenial Menggunakan Produk Perbankan Syariah di Kota Palopo, kerangka teori yang diajukan dalam penelitian ini yaitu:



Gambar 2.1 Kerangka Pikir

Penelitian ini ingin menganalisis mengenai faktor *Lifestyle* disimbolkan dengan (X1), Lingkungan Sosial (X2), Pengetahuan (X3), ketiga variabel tersebut ditetapkan sebagai variabel bebas (*independent*). Sedangkan Minat Generasi Milenial (Y) sebagai variabel terikat (*dependent*) menggunakan produk Perbankan Syariah di Palopo. Peneliti ini bermaksud mengetahui pengaruh ketiga variabel X terhadap variabel Y.

### D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah suatu pernyataan atau juga dugaan sementara yang berasal dari perumusan masalah dimana kebenarannya masih diragukan dan perlu

<sup>46</sup>Made Indradan Ika Cahyaningrum, *Cara Mudah Memahami Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta : CV Budi Utama, 2019), 2.

dilakukan pengujian melalui fakta-fakta.<sup>47</sup> Penetapan pengujian taraf nyata uji hipotesis disimbolkan dengan  $\alpha$ . Besaran taraf nyatanya tergantung pada keberanian pengambilan keputusan untuk besaran toleransi kesalahan. Semakin tinggi taraf nyata yang digunakan maka semakin rendah penolakan terhadap hipotesis nolnya. Level actual yang umum digunakan dalam penelitian yaitu 1% (0,01), 5% (0,05), dan juga 10% (0,1).<sup>48</sup>

Berdasarkan kerangka teoritis yang diajukan maka dari itu hipotesis penelitian ini dapat memperoleh jawaban sementara atau juga disebut hipotesis yang akan diuji kebenarannya, yaitu:

1. H01: tidak terdapat pengaruh antaral *lifestyle* terhadap minat generasi milenial menggunakan produk perbankan syariah  
Ha1 : terdapat pengaruh antara *lifestyle* terhadap minat generasi milenial menggunakan produk perbankan syariah
2. H02: tidak terdapat pengaruh antara lingkungan sosial terhadap minat generasi milenial menggunakan produk perbankan syariah  
Ha2: terdapat pengaruh antara lingkungan sosial terhadap minat generasi milenial menggunakan perbankan syariah
3. H03: tidak terdapat pengaruh antara pengetahuan terhadap minat generasi milenial menggunakan produk perbankan syariah  
Ha3: terdapat pengaruh antara pengetahuan terhadap minat generasi milenial menggunakan perbankan syariah
4. H04: tidak terdapat pengaruh secara simultan antara *lifestyle*, lingkungan sosial, dan pengetahuan terhadap minat generasi milenial menggunakan produk perbankan syariah  
Ha4: terdapat pengaruh secara simultan antara *lifestyle*, lingkungan sosial, dan pengetahuan terhadap minat generasi milenial menggunakan produk perbankan syariah.

---

<sup>47</sup> Syofian Siregar, *Statistika Deskriptif Untuk Penelitian Dilengkapi Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*, Cet:5, (Jakarta :Rajawali Pers, 2016), 151-152

<sup>48</sup> Akhmad Mustofa, *Uji Hipotesis Statistik*, (Yogyakarta : Gapura Publishing, 2013), 3.

## BAB III METODE PENELITIAN

### A. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian dengan pendekatan kuantitatif. Metode kuantitatif digunakan untuk meneliti populasi dan sampel, yang umumnya dilakukan pengambilan sampel secara random dan data yang dikumpulkan menggunakan instrument penelitian lalu dianalisis secara statistik atau kuantitatif dengan tujuan agar menguji hipotesis yang telah ditetapkan.<sup>49</sup> Variabel yang diambil pada penelitian ini meliputi variabel bebas yaitu *Lifestyle*, Lingkungan sosial dan Pengetahuan (X1, X2, dan X3) dan variabel terikat (Y) yaitu minat menggunakan produk.

### B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kota Palopo, dengan objek penelitian yaitu nasabah BSI Palopo. Dan dilaksanakan pada bulan Juni – Agustus 2023

### C. Definisi Operasional Variabel

Definisi istilah adalah penjelasan pada setiap variabel yang digunakan peneliti. Dalam penelitian ini menggunakan tiga jenis variabel yang dimana 3 variabel bebas (*Lifestyle*, Lingkungan sosial dan Pengetahuan) dan satu variabel terikat (Minat) yang dapat diuraikan diantaranya adalah:

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel

| No | Variabel                  | Definisi  | Indikator                           |
|----|---------------------------|---|-------------------------------------|
| 1  | Lifestyle<br>(Gaya Hidup) | Menurut sumarwan, Gaya hidup diartikan sebagai kegiatan, minat dan opini dari seseorang ( <i>activities, interests, and opinion</i> ) | 1. Kegiatan<br>2. Minat<br>3. Opini |

<sup>49</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&B*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 8.

|   |                   |  |  |
|---|-------------------|--|--|
| 2 | Lingkungan sosial | Lingkungan sosial merupakan tempat berlangsungnya aktivitas sehari - hari. Lingkungan sosial menjadi faktor penentu terhadap perubahan-perubahan perilaku yang terjadi pada setiap individu atau kelompok.   | Variabel ini diukur dengan indikator yang dikemukakan oleh Dewantara 2010<br>1. Lingkungan Keluarga<br>2. Lingkungan Teman/komunitas<br>3. Lingkungan Masyarakat |
| 3 | Pengetahuan       | Sumarwan (2011) pengetahuan konsumen adalah semua informasi yang dimiliki konsumen mengenai berbagai macam produk dan jasa serta pengetahuan lainnya yang terkait dengan produk dan jasa serta informasi yang berhubungan dengan fungsinya sebagai konsumen. Dimana Pengetahuan yang dimaksud adalah pengetahuan tentang perbankan syariah | Sumarwan (2011) mengembangkan indikator pengukur pengetahuan, yaitu:<br>1. Pengetahuan produk<br>2. Pengetahuan pembelian<br>3. Pengetahuan pemakaian            |
| 4 | Minat             | Minat adalah keinginan yang timbul dari diri sendiri tanpa ada paksaan dari orang lain agar mencapai suatu tujuan tertentu. Dimana minat ini berkaitan tentang minat menggunakan produk  | Menurut Samsul (2017:7), indikator minat dapat diukur yaitu:<br>1. Minat Transaksional<br>2. Minat Referensial<br>3. Minat Preferensial<br>4. Minat Eksploratif  |

#### D. Populasi dan Sampel

##### 1. Populasi

Populasi diartikan sebagai wilayah umum yang terdiri dari suatu objek atau subjek dengan karakteristik dan kualitas tertentu yang akan diteliti oleh peneliti, dan selanjutnya ditarik kesimpulan.<sup>50</sup> Pada penelitian ini terdapat 20.000 nasabah dari berbagai kalangan yang menggunakan bank syariah di BSI Ratulangi Kota Palopo yang dikutip dari sumber salah satu pegawai bank syariah Kota Palopo, dimana jumlah nasabah ini akan menjadi populasi pada penelitian.

##### 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang memiliki karakteristik atau ciri yang mirip populasi itu sendiri.<sup>51</sup> Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel yaitu metode purposive sampling dimana metode pengambilan sampel berdasarkan kriteria atau pertimbangan tertentu dari anggota populasi<sup>52</sup>. Adapun kriteria yang diajukan adalah berdomisili Palopo dan berada di usia generasi milenial (23-43).

Untuk menentukan besarnya jumlah sampel maka dapat dihitung menggunakan rumus yang dikemukakan oleh Slovin dengan taraf signifikan yaitu 10%

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

keterangan:

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah populasi

E = Persentase error

Maka:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

<sup>50</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi*(Bandung : Alfabeta, 2013), 279

<sup>51</sup> Ibid 81.

<sup>52</sup> Agung Widhi Kurniawan dan Zarah Puspitaningtyas, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Yogyakarta: Pandiva Buku, 2016), 69.

$$= \frac{20.000}{1+20.000 (0,1)^2} = 99,5 \text{ (dibulatkan menjadi 100)}$$

Jadi sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu 100 responden.

### E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah metode yang digunakan untuk mengumpulkan data. Pada penelitian ini, menggunakan teknik pengumpulan data diantaranya:

#### 1. Kusioner (angket)

Kusioner (angket) yaitu teknik pengumpulan data yang terdiri dari serangkaian pernyataan tertulis, dengan tujuan untuk mendapatkan tanggapan dari responden. <sup>53</sup>Setiap responden akan diminta agar menunjukkan persetujuan ataupun ketidaksetujuan pada setiap pernyataan yang diberikan. Pernyataan dalam kusioner diukur menggunakan skala likert.

Tabel 3.2 Alternatif Jawaban

| Simbol | Alternatif Jawaban  | Nilai |
|--------|---------------------|-------|
| STS    | Sangat Tidak Setuju | 1     |
| TS     | Tidak Setuju        | 2     |
| N      | Netral              | 3     |
| S      | Setuju              | 4     |
| SS     | Sangat Setuju       | 5     |

### F. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat yang digunakan untuk mengumpulkan data ataupun informasi yang bermanfaat agar menjawab permasalahan peneliti. Bentuk dari instrumen penelitian berkaitan dengan metode pengumpulan data seperti angket atau kusioner, wawancara, obeservasi, dan lainnya. <sup>54</sup>

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini berupa angket atau kusioner, dimana terdapat empat variabel. Diantara nya 3 variabel bebas (*independen*) yaitu *Lifestyle*, Lingkungan sosial, serta pengetahuan. Dan 1 variabel terikat (*dependen*)

<sup>53</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2015), 203.

<sup>54</sup> Sandu Siyotom, *Dasar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), 66.

yaitu Minat. Variabel ini mempunyai indikator masing-masing, Adapun indikatornya yaitu:

**Tabel 3.3 Instrumen Kusioner Penelitian**

| <b>Variabel</b>                  | <b>Indikator</b>    | <b>Item</b>  | <b>Bulir pernyataan</b> |
|----------------------------------|---------------------|--|-------------------------|
| <i>Lifestyle</i><br>(Gaya Hidup) | aktivitas           | Saya selalu memutuskan membeli barang yang benar-benar saya butuhkan   | 1-6                     |
|                                  | Minat               | Saya menggunakan media sosial sebagai alat komunikasi dan pusat informasi<br><br>Saya menyukai hal-hal yang serba cepat (instan) dan mudah                     |                         |
|                                  | Opini               | Saya selalu mencari informasi sebelum menggunakan suatu produk   |                         |
|                                  |                     | Saya suka mengikuti trend yang sedang berkembang<br><br>Saya lebih baik menabung dari pada menghabiskan uang untuk memenuhi keinginan saya yang bermacam-macam |                         |
| Lingkungan Sosial                | Lingkungan Keluarga | Keluarga saya berminat menggunakan jasa dan layanan bank syariah<br><br>Saya hidup dalam keluarga yang harmonis  | 7-12                    |

|             |                            |  |       |
|-------------|----------------------------|--|-------|
|             |                            | Saya selalu mendengarkan dan mematuhi perintah orang tua   |       |
|             | Lingkungan Teman/komunitas | Saya mengetahui bank syariah dari teman / komunitas saya<br>Teman / komunitas saya mendukung saya menggunakan bank syariah                                       |       |
|             | Lingkungan Masyarakat      | Masyarakat dilingkungan saya banyak menggunakan bank syariah   |       |
| Pengetahuan | Pengetahuan produk         | Saya pernah mendengar tentang Bank syariah<br>Saya mengetahui perbedaan bank syariah dan bank konvensional   |       |
|             | Pengetahuan pembelian      | Saya mengetahui bank syariah memberikan keuntungan dengan sistem bagi hasil<br>Saya mengetahui lokasi kantor bank syariah  | 13-18 |
|             | Pengetahuan pemakaian      | Saya mengetahui bank syariah menerapkan akad atau perjanjian berdasarkan syariat islam<br>Kejelasan bagi hasil yang diberikan bank syariah memberikan kenyamanan |       |
| Minat       | Minat transaksional        | Saya berminat membuka tabungan di bank syariah   |       |

|                    |   |       |
|--------------------|---|-------|
| Minat Referensial  | Saya akan merekomendasikan bank syariah kepada kerabat dan orang sekitar  | 19-23 |
| Minat Preferensial | Saya akan menjadikan bank syariah sebagai prioritas utama<br><br>Saya cenderung memakai produk yang ada di bank syariah |       |
| Minat Eksploratif  | Saya selalu mencari informasi terbaru tentang bank syariah  |       |

## G. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif, teknik analisis data digunakan untuk menjawab rumusan dalam menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

### 1. Analisis regresi linear berganda

Dalam penelitian ini analisis regresi linear berganda digunakan untuk menguji pengaruh dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen. Bentuk umum dari persamaan regresi linear berganda dapat dirumuskan sebagai berikut:

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

Keterangan:

|        |                           |
|--------|---------------------------|
| Y      | = Minat Generasi Milenial |
| A      | = Nilai Konstanta         |
| b1, b2 | = Koefisien Regresi       |
| X1     | = <i>Lifestyle</i>        |
| X2     | = Lingkungan Sosial       |
| X3     | = Pengetahuan             |
| e      | = Standar error           |

### 2. Uji validitas dan reabilitas penelitian

#### a. Uji validitas

Uji validitas diperlukan untuk mengetahui keabsahan atau keakuratan kusioner saat mengukur variabel yang diteliti. Kusioner atau angket dikatakan valid apabila dapat diukur menurut apa yang semestinya diuji. Untuk mengukur uji validitas dapat dilakukan menggunakan program SPSS versi 25 agar mengetahui nilai dari *correct item coleration*, dimana nilai ini dikatakan valid apabila suatu pertanyaan masing-masing variabel  $r$  hitung  $>$  dari nilai  $r$  tabel.

Dari hasil penelitian ditemukan bahwa pada variabel *Lifestyle* (X1) dimana variabel ini memiliki 3 indikator dalam mengukurnya yaitu aktivitas, minat, dan opini. Dan terdapat 6 item pernyataan dan setelah diolah menggunakan SPSS 25 hasil yang di didapatkan mengungkapkan bahwa seluruh item pernyataan variabel *Lifestyle* dinyatakan Valid dengan masing-masing mamiliki  $r$  hitung yang lebih besar dari  $r$  tabel yang dimana telah memenuhi syarat uji validitas maka instrument penelitian dikatan valid.

Selanjutnya variabel lingkungan sosial yang memiliki 3 indikator pengukur diantaranya yaitu lingkungan keluarga, lingkungan sekolah dan lingkungan masyarakat. Dan memiliki 6 item pernyataan dan seluruh pernyataan dikatakan valid karena  $r$  htung lenih besar dari  $r$  tabel, yang dimana telah memenuhi syarat uji validitas maka instrument penelitian dikatan valid.

Serta pada variabel pengetahuan juga memiliki 3 indikator pengukur diantaranya pengetahuan produk, pengetahuan, pembelian, dan pengetahuan pemakaian, memiliki 6 item pernyataan mewakili indikator yang telah di tetapkan. Hasil analisis uji validasi yang didapatkan dari SPSS 25 yaitu semua item pernyataan pada variabel pengetahuan dikatakan valid dan memenuhi syarat.

Varibel Minat yang memiliki 4 indikator pengukur yaitu minat transaksional, minat referensial, minat preferensial dan minat eksploratif. Variabel ini memiliki 5 item pernyataan dan setelah diolah melalui SPSS 25 hasil yang didapatkan memenuhi standar atau syarat uji validitas dimana  $r$  hirung lebih besar dari  $r$  tabel, maka item dari variabel ini dikatakan valid.

#### b. Uji reabilitas

Uji ini digunakan agar mengetahui keadaan atau tingkat kepercayaan pertanyaan ketika mengukur variabel yang diteliti. Suatu instrument penelitian

dapat memperoleh tingkat kepercayaan yang tinggi apabila hasil pengujian menunjukkan hasil yang relative tetap atau stabil. Dalam pengujian reabilitas tehnik yang digunakan yaitu tehnik *cronbach's alpha*, apabila nilai ini lebih besar dari 0,6 variabel penelitian tersebut dikatakan reliable.<sup>55</sup>

Pada penelitian ini menggunakan SPSS 25 untuk mengolah data. Pada penelitian ini terdapat 4 variabel dimana Variabel *Lifesyle* (X1) memiliki 6 item pernyataan dan setelah di uji *cronbach's Alpha* nya lebih besar dari 0,6 maka dapat dikatakan bahwa item dari pernyataan ini reliable. Variabel Lingkungan Sosial (X2) memiliki 6 item pernyataan dan setelah di uji *cronbach's Alpha* nya lebih besar dari 0,6 maka dapat dikatakan bahwa item dari pernyataan ini reliable. Selanjutnya variabel Pengetahuan (X3) memiliki 6 item pernyataan dan setelah di uji *cronbach's Alpha* nya lebih besar dari 0,6 maka dapat dikatakan bahwa item dari pernyataan ini reliable. Yang terakhir variabel Minat (Y), yang memiliki 5 item pernyataan dan setelah di uji *cronbach's Alpha* nya lebih besar dari 0,6 maka dapat dikatakan bahwa item dari pernyataan ini reliable.

### 3. Uji asumsi klasik

Uji ini digunakan untuk sebuah analisis yang digunakan dalam penelitian ilmiah untuk menguji apakah hipotesis yang dibuat sesuai dengan hasil yang diperoleh selama pengujian. Uji asumsi klasik terbagi atas:

#### a. Uji normalitas

Bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Dalam masalah ini uji t dan uji f mengasumsikan nilai residual mengikuti distribusi normal. Tetapi apabila terjadi pelanggaran dalam asumsi ini maka model regresi dianggap tidak valid.

Uji normalitas dapat dilakukan dengan dua cara yakni dengan kolmogro-smirnof yang dapat diketahui berdistribusi normal apabila nilai signifikan  $> 0,05$ . Dan uji yang kedua yaitu p-p plot dapat diketahui apabila nilai signifikan  $< 0,05$  maka dikatakan tidak berdistribusi normal, cara ini dikatakan normal apabila titik-titik data menyebar searah disekitar atau juga mengikuti garis diagonal.

---

<sup>55</sup> Agung Widhi Kurniawan dan Zarah Puspitaningtyas, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Yogyakarta: Pandiva Buku, 2016), 97

b. Uji multikolinearitas

Sebuah situasi dalam model regresi yang menunjukkan adanya korelasi atau juga hubungan yang kuat diantara variabel. Uji multikolinearitas dapat dilakukan dengan dua metode yaitu metode VIF (*Varia Inflation Factor*) dan juga nilai *tolerance*. Nilai VIF < 10,00 sedangkan nilai *tolerance* > 0,10<sup>56</sup>.

c. Uji heteroskedastisitas

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah penyimpangan asumsi heteroskedastisitas yaitu adanya ketidaksamaan *variance* dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi.

#### 4. Uji T dan Uji F

a. Uji T

Uji T digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Dimana persamaanya dirumuskan dengan:

$$H_0 : b_1 = 0$$

Diartikan tidak ada pengaruh variabel bebas (X) secara parsial terhadap variabel terikat (Y).

$$H_a : b \neq 0$$

H<sub>0</sub> diterima jika  $t \text{ hitung} < t \text{ tabel } \alpha = 0,05$

Yang artinya tidak ada pengaruh variabel X secara parsial terhadap variabel Y

H<sub>0</sub> ditolak jika  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel } \alpha = 0,05$

Dapat diartikan bahwa terdapat pengaruh antara variabel X secara parsial terhadap variabel Y.

b. Uji F

Uji ini digunakan untuk menentukan apakah variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh signifikan dalam mempengaruhi variabel terikat, uji F dilakukan dengan menghitung nilai F tabel dan F hitung.

H<sub>0</sub> ditolak apabila  $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$

H<sub>0</sub> diterima apabila  $F \text{ hitung} < F \text{ tabel}$

---

<sup>56</sup> Dyah Nirmala Arum Janie, *Statistik Deskriptif dan Regresi Linear Berganda Dengan SPSS*, (semarang: semarang university press, 2012) 19-35

Apabila dilihat dari probabilitasnya  $H_0$  ditolak jika nilai signifikan  $< 0,05$  dan sebaliknya.

c. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar presentase sumbangan antara pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Nilai koefisien ini antara 0 dan 1 apabila hasil lebih mendekati 0 berarti kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variasi variabel amat terbatas, akan tetapi apabila hasil mendekati 1 berarti variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel terikat.



## BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### A. Temuan Hasil Penelitian

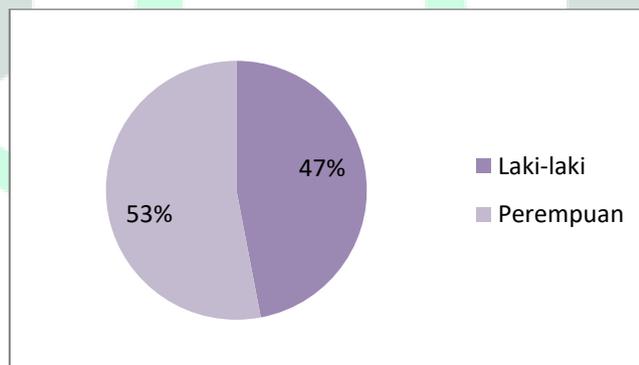
#### 1. Analisis Deskriptif

Sebelum melakukan analisis data, terlebih dahulu dijelaskan bagaimana karakteristik responden dan statistik deskriptif yang dipergunakan untuk melakukan penelitian. Karakteristik responden ini berguna untuk menggambarkan kondisi dan keadaan responden yang berkaitan dengan penelitian guna untuk membantu memahami hasil yang diperoleh dari penelitian yang dilakukan. Penelitian ini menggunakan data primer yang dimana didapat dengan menyebarkan kusioner/angket kepada masyarakat milenial di wilayah Kota Palopo. Jumlah data yang didapatkan yaitu 100 responden dengan gambaran responden sebagai berikut:

a. Responden berdasarkan jenis kelamin

Dari hasil data yang telah diolah, tabel dibawah ini menunjukkan gambaran responden berdasarkan jenis kelamin.

**Gambar 4.1 Jenis Kelamin Responden**



Sumber: Data primer yang telah diolah,2023

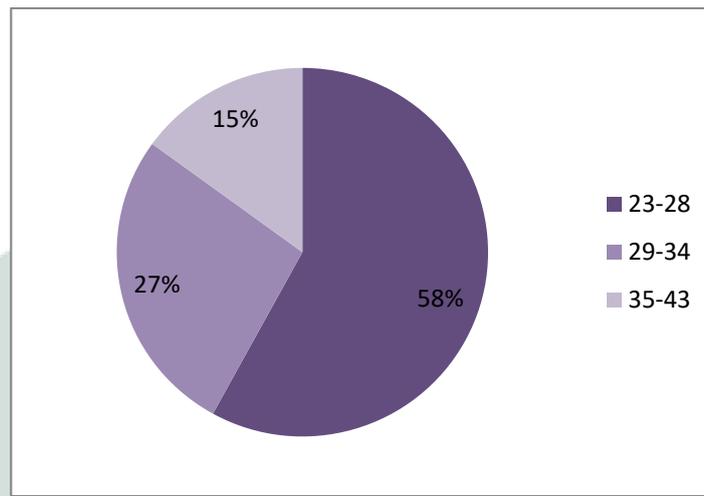
Dari tabel diatas menunjukkan jumlah responden yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 47 responden dari 100 responden yang ada dengan presentasi 47% sedangkan jumlah responden perempuan sebanyak 53 respponden dengan presentas

sebesar 53% dari 100 responden. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin didominasi oleh perempuan.

b. Responden berdasarkan usia

Dari hasil yang telah diolah, tabel dibawah ini menunjukkan karakteristik responden berdasarkan usia.

**Gambar 4.2 Usia Responden**



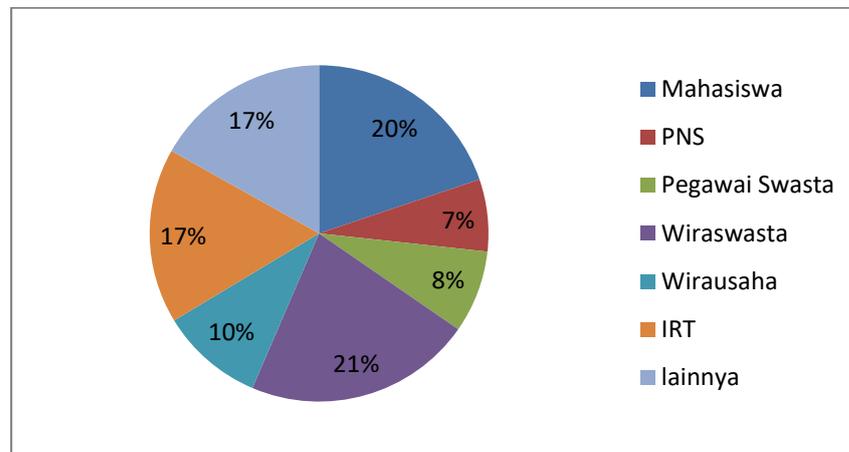
Sumber: Data primer yang diolah 2023

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa jumlah responden berusia 23-28 yaitu sebanyak 58 responden dengan presentase sebesar 58%. Untuk responden di usia 29-34 sebanyak 27 responden dengan presentase sebesar 27%. Kemudian untuk responden usia 35-43 sebanyak 15 responden dengan presentase sebesar 15%. Dengan demikian karakteistik responden berdasarkan usia didominasi oleh responden yang berusia 23-28 tahun.

c. Responden berdasarkan status pekerjaan

Dari hasil data yang diolah, tabel dibawah ini dapat menunjukkan karakteristik responden berdasarkan status pekerjaan .

Gambar 4.3 Status Pekerjaan Responden



Sumber: Data primer yang telah diolah, 2023

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa dari 100 respondenada sebanyak 20 responden mahasiswa, ada sebanyak 7 responden yang bekerja sebagai PNS, 8 responden bekerja sebagai pegawai swasta, kemudian ada sebanyak 22 responden yang bekerja sebagai wiraswasta, diikuti sebanyak 10 responden yang bekerja sebagai wirausaha, selanjutnya ada 17 responden yang menjadi IRT, dan juga ada responden dengan pekerjaan selain yang tertera diatas sebanyak 16 responden. Dilihat dari sini, diketahui bahwa dalam penelitian ini didominasi responden dengan pekerjaan sebagai wiraswasta dengan presentasi sebesar 22%.

## 2. Statistik Deskriptif

### a. Hasil Uji Statistik Deskriptif Variabel *Lifestyle*

Variabel *Lifestyle* (X1) pada penelitian ini diukur dengan 6 pernyataan melalui kusioner / angket yang disebarkan kepada 100 responden. Hasil pernyataan terhadap *lifestyle* dijelaskan pada tabel 4.1 dibawah ini:

**Tabel 4.1 Hasil Jawaban Responden Mengenai *Lifestyle***

| No | Pernyataan   | Pilihan Jawaban |      |    |     |      | Total |
|----|--|-----------------|------|----|-----|------|-------|
|    |  | STS %           | TS % | N% | S % | SS % |       |
| 1  | Saya selalu memutuskan membeli barang yang benar-benar saya butuhkan | 0               | 3    | 25 | 53  | 19   | 100   |

|                 |  |      |     |       |    |      |     |
|-----------------|--|------|-----|-------|----|------|-----|
| 2               | Saya menggunakan media sosial sebagai alat komunikasi dan pusat informasi                              | 1    | 1   | 30    | 51 | 17   | 100 |
| 3               | Saya menyukai hal-hal yang serba cepat (instan) dan mudah  | 0    | 0   | 25    | 61 | 14   | 100 |
| 4               | Saya selalu mencari informasi sebelum menggunakan suatu produk   | 0    | 1   | 24    | 60 | 15   | 100 |
| 5               | Saya suka mengikuti trend yang sedang berkembang   | 0    | 2   | 37    | 42 | 19   | 100 |
| 6               | Saya lebih baik menabung dari pada menghabiskan uang untuk memenuhi keinginan saya yang bermacam-macam | 0    | 1   | 4     | 45 | 15   | 100 |
| <b>Mean (%)</b> |  | 0,17 | 1,3 | 24,17 | 52 | 16,5 | 100 |

Sumber: Data primer yang telah diolah 2023

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa pada variabel Lifestyle mayoritas menjawab “Setuju” dengan presentase sebesar 52%. Dari pernyataan diatas yang paling berpengaruh terdapat di nomor 3 dengan presentase sebesar 61% yang menjawab “Setuju”. Hal ini menunjukkan bahwa item pernyataan yang paling banyak dipilih adalah indikator “Saya menyukai hal-hal yang serba cepat (instan) dan mudah”.

Lifestyle memiliki 3 indikator dalam mengukurnya yaitu aktivitas, minat dan opini. Indikator aktivitas memiliki tiga item pernyataan dimana “Saya selalu memutuskan membeli barang yang benar-benar saya butuhkan” dari hasil penelitian respondeng cenderung menjawab setuju dengan pernyataan tersebut yang artinya responden generasi milenial lebih selektif memilih barang yang mereka gunakan karena mereka sudah berada di usia yang produktif. “Saya menggunakan media sosial sebagai alat komunikasi dan pusat informasi” dimana kedua item ini juga responden menjawab setuju dengan pernyataan tersebut Yang artinya dimana para generasi milenial sangat erat hubungannya dengan tehnologi, dan tidak terlepas dari tehnologi. Bank syariah jika lebih mengembangkan

sistemnya kemungkinan besar para calon nasabah berminat lebih menggunakan produk yang disediakan bank syariah..

Dan indikator minat dengan item pernyataan “Saya menyukai hal-hal yang serba cepat (instan) dan mudah” serta “Saya selalu mencari informasi sebelum menggunakan suatu produk” dari hasil olahan para responden cenderung menjawab setuju dengan item pernyataan tersebut yang artinya para responden generasi milenial sebelum membeli suatu produk mereka mencari informasi terlebih dahulu dan mereka menyukai sistem yang lebih mudah digunakan seperti belanja online yang tidak memakan waktu. Sedangkan indikator opini terdapat item pernyataan “Saya suka mengikuti trend yang sedang berkembang” dan “Saya lebih baik menabung dari pada menghabiskan uang untuk memenuhi keinginan saya yang bermacam-macam” responden cenderung menjawab setuju, yang artinya responden yang berada di usia generasi milenial lebih mengikuti trend yang berkembang dan juga lebih memilih menabung untuk keperluan yang akan datang.

b. Hasil Uji Statistik Deskriptif Variabel Lingkungan Sosial

Variabel Lingkungan Sosial (X2) pada penelitian ini diukur dengan 6 pernyataan melalui kusioner / angket yang disebarkan kepada 100 responden. Hasil pernyataan terhadap Lingkungan sosial dijelaskan pada tabel 3.5 dibawah ini:

**Tabel 4.2 Hasil Jawaban Responden Mengenai Lingkungan Sosial**

| No | Pernyataan   | Pilihan Jawaban |         |    |    |         | Total |
|----|--|-----------------|---------|----|----|---------|-------|
|    |  | STS<br>%        | TS<br>% | N% | S% | SS<br>% |       |
| 1  | Keluarga saya berminat menggunakan jasa dan layanan bank syariah | 0               | 7       | 42 | 38 | 13      | 100   |
| 2  | Saya hidup dalam keluarga yang harmonis                          | 0               | 3       | 9  | 31 | 57      | 100   |
| 3  | Saya selalu mendengarkan   |                 |         |    |    |         |       |

|   |  |     |     |      |      |      |     |
|---|--|-----|-----|------|------|------|-----|
|   | dan mematuhi perintah orang tua                                | 0   | 5   | 10   | 35   | 50   | 100 |
| 4 | Saya mengetahui bank syariah dari teman / komunitas saya       | 2   | 11  | 31   | 37   | 19   | 100 |
| 5 | Teman / komunitas saya mendukung saya menggunakan bank syariah | 1   | 9   | 36   | 38   | 16   | 100 |
| 6 | Masyarakat dilingkungan saya banyak menggunakan bank syariah   | 1   | 11  | 49   | 24   | 15   | 100 |
|   | Mean (%)   | 0,7 | 7,7 | 29,5 | 34,8 | 29,2 | 100 |

Sumber: Data primer yang telah diolah 2023

Dari tabel 3.5 diatas menunjukkan bahwa pada variabel lingkungan sosial mayoritas menjawab setuju dengan presentase sebesar 34,8%. Adapun pernyataan yang paling berpengaruh yaitu pada pernyataan nomor 2 dengan presentase sebesar 57% dengan menjawab “Sangat Setuju”. Hal ini menunjukkan bahwa indikator “Saya hidup dalam keluarga yang harmonis” adalah indikator yang paling banyak dipilih.

Variabel lingkungan sosial memiliki 3 indikator yang pertama indikator lingkungan keluarga, lingkungan sekolah, dan lingkungan masyarakat. Dimana semua item pernyataan responden cenderung memilih setuju dan sangat setuju. Yang artinya jika seseorang hidup dalam keluarga yang harmonis, patuh terhadap orang tua, dorongan teman untuk memotivasi menggunakan perbankan syariah, serta lingkungan masyarakat yang cenderung menggunakan perbankan syariah. Hal ini dapat mengakibatkan adanya kenaikan minat menggunakan produk bank syariah. Lingkungan sosial tidak dapat berpisah dari masyarakat, dari sejak kecil hingga tua pengaruh lingkungan sosial secara tidak langsung sudah menjadi sistem komunikasi masyarakat.

#### c. Hasil Uji Statistik Deskriptif Variabel Pengetahuan

Variabel Pengetahuan (X3) pada penelitian ini diukur dengan 6 pernyataan melalui kusioner / angket yang disebarakan kepada 100 responden. Hasil pernyataan terhadap Lingkungan sosial dijelaskan pada tabel 3.6 dibawah ini:

**Tabel 4.3 Hasil Jawaban Responden Mengenai Pengetahuan**

| No | Pernyataan   | Pilihan Jawaban |         |      |      |         | Total |
|----|--|-----------------|---------|------|------|---------|-------|
|    |  | STS<br>%        | TS<br>% | N%   | S%   | SS<br>% |       |
| 1  | Saya pernah mendengar tentang Bank syariah   | 0               | 2       | 9    | 54   | 35      | 100   |
| 2  | Saya mengetahui perbedaan bank syariah dan bank konvensional                           | 0               | 4       | 25   | 47   | 24      | 100   |
| 3  | Saya mengetahui bank syariah memberikan keuntungan dengan sistem bagi hasil            | 0               | 5       | 48   | 45   | 22      | 100   |
| 4  | Saya mengetahui lokasi kantor bank syariah   | 1               | 5       | 24   | 35   | 36      | 100   |
| 5  | Saya mengetahui bank syariah menerapkan akad atau perjanjian berdasarkan syariat islam | 0               | 4       | 26   | 44   | 26      | 100   |
| 6  | Kejelasan bagi hasil yang diberikan bank syariah memberikan kenyamanan                 | 0               | 3       | 34   | 41   | 21      | 100   |
|    | Mean (%)   | 0,2             | 5       | 27,5 | 44,3 | 27,3    | 100   |

Sumber: Data primer yang telah diolah 2023

Dari tabel 3.6 diatas menunjukkan bahwa pada variabel pengetahuan mayoritas menjawab “Setuju” dengan presentase sebesar 44,3%. Adapun pernyataan yang paling berpengaruh yaitu pada pernyataan nomor 1 dengan presentase sebesar 54% dengan menjawab “Setuju”. Hal ini menunjukkan bahwa indikator “Saya pernah mendengar tentang Bank syariah” adalah indikator yang paling banyak dipilih.

Dalam variabel ini terdapat 3 indikator yang dapat dijadikan alat ukur yaitu pengetahuan produk “Saya pernah mendengar tentang Bank syariah” dan “Saya mengetahui perbedaan bank syariah dan bank konvensional” artinya responden telah mengetahui adanya bank syariah dan jika konsumen mengetahui suatu produk akan timbul rasa penasaran dan mencoba menggunakan suatu produk. Selanjutnya

indikator pengetahuan pembelian terdapat 2 item pernyataan “Saya mengetahui bank syariah memberikan keuntungan dengan sistem bagi hasil” dan “Saya mengetahui lokasi kantor bank syariah” artinya responden akan merasa nyaman bertransaksi apabila lokasi bank syariah lebih mudah ditemukan dan lokasi cukup mudah dijangkau. Yang terkakhir yaitu indikator pengetahuan pemakaian yang dimana item pernyataan “Kejelasan bagi hasil yang diberikan bank syariah memberikan kenyamanan “ yang artinya akad yang diberikan bank syariah memberikan kenyamanan nasabah dalam bertransaksi karena telah mengetahui kejelasan bagi hasilnya.

d. Hasil Uji Statistik Deskriptif Variabel Minat

Variabel Minat (Y) pada penelitian ini diukur dengan 5 pernyataan melalui kusioner / angket yang disebarakan kepada 100 respoonden. Hasil pernyataan terhadap Lingkungan sosial dijelaskan pada tabel 3.7 dibawah ini:

**Tabel 4.4 Hasil Jawaban Responden Mengenai Minat**

| No | Pernyataan   | Pilihan Jawaban |         |      |      |         | Total |
|----|--|-----------------|---------|------|------|---------|-------|
|    |  | STS<br>%        | TS<br>% | N%   | S%   | SS<br>% |       |
| 1  | Saya berminat membuka tabungan di bank syariah                           | 0               | 3       | 17   | 53   | 27      | 100   |
| 2  | Saya akan merekomendasikan bank syariah kepada kerabat dan orang sekitar | 0               | 2       | 32   | 50   | 16      | 100   |
| 3  | Saya akan menjadikan bank syariah sebagai prioritas utama                | 0               | 4       | 49   | 32   | 15      | 100   |
| 4  | Saya cenderung memakai produk yang ada di bank syariah                   | 0               | 4       | 46   | 37   | 13      | 100   |
| 5  | Saya selalu mencari informasi terbaru tentang bank syariah               | 1               | 5       | 45   | 35   | 14      | 100   |
|    | Mean (%)   | 0,2             | 3,6     | 37,8 | 41,4 | 17      | 100   |

Sumber: Data primer yang telah diolah 2023

Dari tabel 4.4 diatas menunjukkan bahwa pada variabel Minat mayoritas menjawab “Setuju” dengan presentase sebesar 41,4%. Adapun pernyataan yang paling berpengaruh yaitu pada pernyataan nomor 1 dengan presentase sebesar 53% dengan menjawab “Setuju”. Hal ini menunjukkan bahwa indikator “Saya berminat membuka tabungan di bank syariah” adalah indikator yang paling banyak dipilih.

Variabel minat memiliki 4 indikator yaitu minat transaksional, minat referensial, minat preferensial dan juga minat eksploratif dimana rata-rata responden berminat membuka tabungan di bank syariah tetapi belum tentu mereka menjadikan bank syariah sebagai pilihan utama dalam menggunakan jasa perbankan

### 3. Uji Kualitas Data

#### a. Hasil Uji Validitas

Uji validitas ini depergunakan sebagai pengukur apakah valid tidaknya setiap variabel di dalam suatu kusioner, digunakan juga sebagai criteria dalam menentukan valid atau tidaknya pernyataan yang digunakan dalam penelitian. Instrumen pernyataan dikatakan valid apabila nilai  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  dan nilai signifikan kurang dari 0,05. Untuk  $r_{tabel}$  100 responden  $DF-2=100-2 =98$  adalah sebesar 0,19666.

Berikut ini merupakan hasil dari uji validitas dari variabel *lifestyle*, lingkungan sosial dan pengetahuan terhadap minat generasi milenial menggunakan produk Bank Syariah.

**Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas**

| Variabel                            | Item/indikator | r hitung | r tabel | Keterangan |
|-------------------------------------|----------------|----------|---------|------------|
| <i>Lifestyle</i><br>(Gaya<br>Hidup) | X1.1           | 0,562    | 0,361   | Valid      |
|                                     | X1.2           | 0,583    | 0,361   | Valid      |
|                                     | X1.3           | 0,573    | 0,361   | Valid      |
|                                     | X1.4           | 0,369    | 0,361   | Valid      |
|                                     | X1.5           | 0,859    | 0,361   | Valid      |
|                                     | X1.6           | 0,792    | 0,361   | Valid      |

|             |      |       |       |       |
|-------------|------|-------|-------|-------|
|             | X2.1 | 0,597 | 0,361 | Valid |
| Lingkungan  | X2.2 | 0,699 | 0,361 | Valid |
| Sosial      | X2.3 | 0,831 | 0,361 | Valid |
|             | X2.4 | 0,625 | 0,361 | Valid |
|             | X2.5 | 0,677 | 0,361 | Valid |
|             | X2.6 | 0,600 | 0,361 | Valid |
| Pengetahuan | X3.1 | 0,537 | 0,361 | Valid |
|             | X3.2 | 0,781 | 0,361 | Valid |
|             | X3.3 | 0,855 | 0,361 | Valid |
|             | X3.4 | 0,837 | 0,361 | Valid |
|             | X3.5 | 0,599 | 0,361 | Valid |
|             | X3.6 | 0,776 | 0,361 | Valid |
| Minat       | Y.1  | 0,553 | 0,361 | Valid |
|             | Y.2  | 0,577 | 0,361 | Valid |
|             | Y.3  | 0,459 | 0,361 | Valid |
|             | Y.4  | 0,581 | 0,361 | Valid |
|             | Y.5  | 0,529 | 0,361 | Valid |

(Sumber: Data diolah menggunakan SPSS 25, 2023)

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa dari setiap pernyataan variabel bernilai valid berdasarkan kriteria  $r_{hitung} > r_{tabel}$  (0,361). Maka, hasil menunjukkan setiap indikator dalam variabel *Lifestyle* (X1), Lingkungan Sosial (X2), Pengetahuan (X3) dan Minat (Y) telah memenuhi syarat uji validitas maka instrument penelitian dinyatakan valid.

#### b. Uji Reabilitas

Uji reabilitas dipergunakan untuk mengukur kusioner / angket yang merupakan indikator dari sebuah variabel. Kusioner / angket dapat dikatakan reliable jika jawaban dari pada pernyataan konsisten. Uji ini menggunakan SPSS 25 untuk mengukur reabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha*. Variabel dapat dikatakan reliable apabila *Cronbach Alpha*  $> 0,60$  (Taherdoost, 2018).

Berikut ini merupakan tabel hasil dari uji reabilitas dari variabel *Lifestyle*, Lingkungan Sosial, Pengetahuan dan Minat generasi milenial menggunakan Bank Syariah menggunakan SPSS 25.

**Tabel 4.6 Hasil Uji Reabilitas**

| <b>Variabel</b>        | <b>Cronbach's Alpha</b> | <b>N of Item</b> | <b>Keterangan</b> |
|------------------------|-------------------------|------------------|-------------------|
| <i>Lifestyle</i> (X1)  | 0,703                   | 6                | Reliabel          |
| Lingkungan Sosial (X2) | 0,739                   | 6                | Reliabel          |
| Pengetahuan (X3)       | 0,826                   | 6                | Reliabel          |
| Minat (Y)              | 0,670                   | 5                | Reliabel          |

(Sumber: data diolah menggunakan SPSS 25, 2023)

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa nilai *Cronbach Alpha* pada semua pernyataan variabel lebih besar dari 0,60. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan pada kusioner dinyatakan reliabel.

#### **4. Uji Asumsi Klasik**

##### **a. Uji Normalitas**

Uji normalitas bertujuan membantu untuk menguji apakah model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Adapun dua cara untuk menguji normalitas yaitu dengan kolmogorof-smirnov *Kolmogorov-smirnov* yang dapat diketahui berdistribusi normal apabila menunjukkan nilai signifikan  $> 0,05$  dan apabila bilai signifikan  $< 0,05$  maka dikatakan tidak berdistribusi normal. Cara yang kedua yaitu dengan cara p-p plot yang dapat diketahui dengan cara melihat apakah titik-titik data menyebar searah disekitar atau juga mengikuti garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

**Tabel 4.7 Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov**

##### **One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

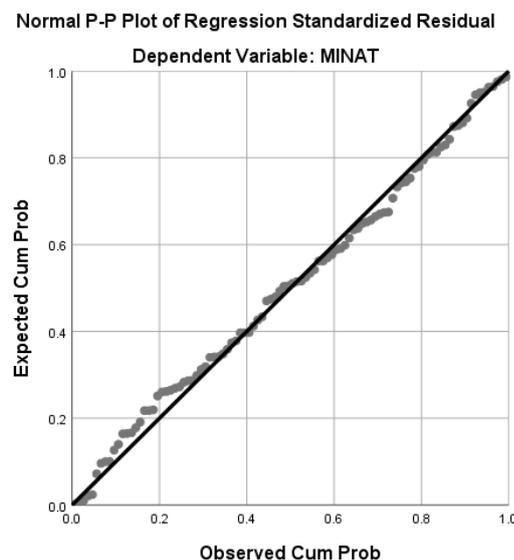
| Unstandardized Residual |     |
|-------------------------|-----|
| N                       | 100 |

|                                  |                |                     |
|----------------------------------|----------------|---------------------|
| Normal Parameters <sup>a,b</sup> | Mean           | .0000000            |
|                                  | Std. Deviation | 1.93082148          |
| Most Extreme Differences         | Absolute       | .058                |
|                                  | Positive       | .052                |
|                                  | Negative       | -.058               |
| Test Statistic                   |                | .058                |
| Asymp. Sig. (2-tailed)           |                | .200 <sup>c,d</sup> |

Sumber: Data diolah dengan SPSS 25, 2023

Berdasarkan tabel diatas diperoleh hasil signifikansi sebesar 0,200 yang dimana hasil ini lebih besar dari taraf signifikansi 0,05 atau  $0,200 > 0,05$ ). sehingga dapat disimpulkan bahwa uji normalitas menggunakan *One-Sample Kolmogorov-Smirnov* pada penelitian ini adalah berdistribusi normal.

**Gambar 4.4 Uji Normalitas P-P Plot**



Sumber: Data diolah dengan SPSS 25, 2023

Gambar diatas menunjukkan bahwa titik-titik menyebar disekitar garis diagonal yang menandakan bahwa model asumsi regresi memenuhi asumsi normalitas dan model regresi layak untuk menganalisis pengaruh variabel bebas yaitu *lifestyle*, lingkungan sosial dan pengetahuan.

### b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan memguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel *independen* (bebas), dimana model regresi yang baik adalah tidak terjadi korelasi antara variabel bebasnya. Dan agar membuktikan, hal ini dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Dengan rumus apabila nilai *tolerance* > 0,10 atau nilai VIF < 10 maka tidak terjadi multikolinearitas.

**Tabel 4.8 Uji Multikolinearitas**

| Model             | Coefficients <sup>a</sup>   |            |                           |       |      | Collinearity Statistics |       |
|-------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|-------------------------|-------|
|                   | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. | Tolerance               | VIF   |
|                   | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      |                         |       |
| 1 (Constant)      | 2.880                       | 1.082      |                           | 2.661 | .009 |                         |       |
| LIFESTYLE         | .201                        | .037       | .282                      | 5.487 | .000 | .998                    | 1.002 |
| LINGKUNGAN SOSIAL | .198                        | .035       | .356                      | 5.619 | .000 | .658                    | 1.520 |
| PENGETAHUIAN      | .277                        | .032       | .542                      | 8.560 | .000 | .658                    | 1.519 |

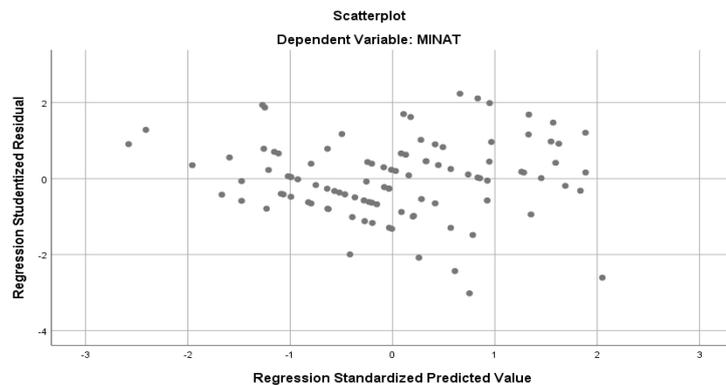
a. Dependent Variable: MINAT

Sumber: Data diolah dengan SPSS 25, 2023

Tabel diatas menunjukkan bahwa nilai dari masing-masing variabel bebas memiliki nilai VIF lebih kecil dari 10, untuk variabel *Lifestyle* VIF  $1,002 < 10$ , variabel Lingkungan Sosial VIF  $1,520 < 10$ , dan variabel Pengetahuan VIF  $1,519 < 10$  sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas. Sedangkan nilai *tolerance* > 0,10 untuk *Lifestyle* sebesar  $0,998 > 0,10$ , untuk variabel Lingkungan sosial  $0,658 > 0,10$ , dan untuk variabel Pengetahuan sebesar  $0,658 > 0,10$ . Sehingga dapat diketahui bahwa model regresi linear berganda tidak terjadi multikolinearitas antara variabel terikat dengan variabel bebas oleh karena itu data dapat digunakan pada penelitian ini.

### c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas untuk mengatahu apakah di dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Pada penelitian ini cara yang digunakan untuk menguji heterokedastisitas adalah dengan uji *scatter plot* dan uji glejser.

**Gambar 4.5 Uji Heteroskedastisitas Scatterplot**

Sumber: Data diolah dengan SPSS 25, 2023

Gambar diatas menunjukkan bahwa titik-titik menyebar secara acak, tidak membentuk pola yang jelas dan titik-titik tersebar diatas ataupun dibawah angka 0, sehingga dapat disimpulkan bahwa pada uji ini tidak terjadi heterokedastisitas dan model regresi berganda tersebut layak digunakan untuk memprediksi minat mengunkan produk perbankan syariah berdasarkan variabel bebas yaitu *lifestyle*, lingkungan sosial dan pengetahuan.

**Tabel 4.9 Uji Heteroskedastisitas Glejser**

|       |                      | Unstandardized |            | Standardized |       |      |
|-------|----------------------|----------------|------------|--------------|-------|------|
|       |                      | Coefficients   |            | Coefficients |       |      |
| Model |                      | B              | Std. Error | Beta         | T     | Sig. |
| 1     | (Constant)           | -.919          | 1.352      |              | -.680 | .498 |
|       | LIFESTYLE            | .058           | .046       | .127         | 1.280 | .204 |
|       | LINGKUNGAN<br>SOSIAL | -.024          | .044       | -.068        | -.555 | .580 |
|       | PENGETAHUIAN         | .068           | .040       | .207         | 1.690 | .094 |

Sumber: Data diolah dengan SPSS 25, 2023

Dasar pengambilan keputusan untuk uji Glejser adalah jika nilai signifikansi diatas tingkat kepercayaan 5% atau 0,05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Maka dari itu berdasarkan tabel diatas dapat dilihat variabel Lifestyle (X1) memiliki tingkat signifikansi sebesar  $0.204 > 0.05$ , variabel Lingkungan sosial

memiliki tingkat signifikansi  $0,580 > 0,05$ , dan variabel Pengetahuan memiliki tingkat signifikansi  $0,094 > 0,05$ . Jadi dapat disimpulkan bahwa semua variabel bebas dalam penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

## 5. Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Tahap selanjutnya yaitu menganalisis membuktikan berapa besar pengaruh variabel *independen* terhadap variabel *dependen*. Berikut uji regresi linear berganda:

**Tabel 3.10 Uji Regresi Linear Berganda**

|       |                   | Coefficients <sup>a</sup>   |            |                           |       |      |
|-------|-------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
|       |                   | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients |       |      |
| Model |                   | B                           | Std. Error | Beta                      | t     | Sig. |
| 1     | (Constant)        | 2.880                       | 2.165      |                           | 1.330 | .187 |
|       | LIFESTYLE         | .201                        | .073       | .213                      | 2.743 | .007 |
|       | LINGKUNGAN SOSIAL | .198                        | .071       | .268                      | 2.809 | .006 |
|       | PENGETAHUAN       | .277                        | .065       | .409                      | 4.280 | .000 |

a. Dependent Variable: MINAT

Sumber: Data diolah dengan SPSS 25, 2023

Dari tabel diatas dapat dirumuskan persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

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

$$= 2.880 + 0,201 + 0,198 + 0,277 + e$$

Keterangan:

Y = Minat Generasi Milenial

A = Nilai Konstanta

b1, b2 = Koefisien Regresi

X1 = *Lifestyle*

X2 = Lingkungan Sosial

e = Standar error

Adapun interpretasi dari persamaan diatas yaitu:

- a. Hasil dari nilai konstanta persamaan linear sebesar 2.880 dimana berarti nilai variable yang terdiri dari *lifestyle*, lingkungan sosial dan pengetahuan konstanta atau tetap, maka nilai variabel proses minat menggunakan produk bank syariah meningkat 2.880.
- b. Variabel *Lifestyle* (b1) menunjukkan nilai koefisien regresi sebesar 0,201 berarah positif yang menunjukkan bahwa jika variabel *lifestyle* meningkat satu dengan asumsi variabel lainnya tetap, maka akan mempengaruhi proses minat menggunakan produk perbankan syariah dengan mengalami kenaikan sebesar 23%. Artinya apabila gaya hidup meningkat maka minat menggunakan perbankan juga semakin tinggi, misalnya gaya hidup yang hemat dan mengikuti perkembangan dimana apabila seseorang menghemat akan meningkatkan minatnya dalam menabung di perbankan syariah karena pemasukan yang di dapatkan tidak habis untuk kesenangan semata tetapi menabung untuk masa depan. Begitu juga apabila seseorang mengikuti perkembangan yang dimana mereka mengikuti perkembangan teknologi akan memungkinkan meningkatkan minat menggunakan bank syariah karena bank syariah sudah memiliki teknologi yang dimana menyediakan layanan BSI mobile untuk kehidupan sehari-hari agar lebih cepat melakukan transaksi
- c. Variabel lingkungan sosial (b2) menunjukkan nilai koefisien regresi sebesar 0,198 berarah positif berarti jika variabel lingkungan sosial meningkat dengan asumsi variabel lainnya tetap, maka akan mempengaruhi proses minat menggunakan perbankan syariah dengan mengalami peningkatan sebesar 19,8%. Artinya apabila seseorang berada di lingkungan sosial yang cenderung menggunakan bank syariah itu membuka peluang yang besar seseorang tersebut juga ikut menggunakan perbankan syariah.
- d. Variabel pengetahuan (b3) menunjukkan nilai koefisien regresi sebesar 0,277 berarah positif berarti jika variabel pengetahuan meningkat dengan asumsi variabel lainnya tetap, maka akan mempengaruhi proses minat menggunakan perbankan syariah dengan mengalami peningkatan sebesar 27,7%. Artinya pengetahuan akan produk memiliki dampak yang cukup besar dalam memilih

menggunakan produk perbankan syariah. dimana mereka yang telah mengetahui tentang prinsip produk yang disediakan perbankan syariah berbeda dengan perbankan konvensional pasti akan memilih menggunakan produk Bank Syariah, dimana terbebas dari bunga atau riba dan mengikuti prinsip-prinsip agama.

## 6. Uji Hipotesis

### a. Uji T

Uji T bertujuan untuk mengukur ada atau tidaknya pengaruh variabel bebas (Independen) secara individual terhadap variabel terikat (dependen). Dengan dasar pengambilan keputusan apabila nilai signifikansi  $< 0,05$  atau  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka terdapat pengaruh secara persial terhadap minat menggunakan produk perbankan syariah. Untuk mendapatkan  $t_{tabel}$  :

$$\begin{aligned} t_{tabel} &= t (\alpha / 2 ; n-k-1) \\ &= t ((0,05:2) ; 100- 3 -1) \\ &= t 0,025 ; 96 \end{aligned}$$

Keterangan:

$\alpha$  = taraf signifikansi

$n$  = jumlah sampel penelitian

$k$  = jumlah variabel X penelitian

Nilai  $t_{tabel}$  adalah nilai ke 96 dari tingkat 0,025. Pada  $t_{tabel}$  yang menunjukkan angka sebesar 1,984.

**Tabel 4.11 Hasil Uji T (Persial)**

| Coefficients <sup>a</sup> |                             |            |                           |       |      |
|---------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| Model                     | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. |
|                           | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      |
| 1 (Constant)              | 2.880                       | 2.165      |                           | 1.330 | .187 |
| LIFESTYLE                 | .201                        | .073       | .213                      | 2.743 | .007 |
| LINGKUNGAN SOSIAL         | .198                        | .071       | .268                      | 2.809 | .006 |
| PENGETAHUIAN              | .277                        | .065       | .409                      | 4.280 | .000 |

Sumber: Data diolah dengan SPSS 25, 2023

Tabel diatas menunjukkan bahwa besar pengaruh masing –masing variabel bebas secara persial terhadap variabel terikat. Berikut adalah penjelasannya:

1) Variabel *Lifesyle* (X1)

Dari uji T menunjukkan nilai keofisien *lifestyle* sebesar  $2.743 > 1.984$  (t tabel) ,dan nilai signifikansi sebesar  $0,007 < 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_{a1}$  diterima, yaitu terdapat pengaruh secara persial antara *lifestyle* dengan minat menggunakan produk perbankan syariah.

2) Variabel Lingkungan Sosial

Dari uji T diatas menunjukkan nilai koefisien lingkungan sosial sebesar  $2.809 > 1,984$  dan nilai signifikansi sebesar  $0,0026 < 0,05$ . Yang artinya terdapat pengaruh secara persial antara lingkungan sosial dengan minat mnggunakan perbankan syariah. maka hipotesis  $H_0$  ditolak dan  $H_{a2}$  diterima.

3) Variabel Pengetahuan

Dari uji T diatas menunjukkan nilai koefisien pengetahuan sebesar  $4.280 > 1,984$  dan nilai signifikansi sebesar  $0,00 < 0,05$ . Yang artinya terdapat pengaruh secara persial antara pengetahuan dengan minat menggunakan produk perbankan syariah, maka dari itu hipotesis  $H_0$  ditolak dan  $H_{a3}$  diterima.

**b. Uji F (Simultan)**

Uji simultan digunakan untuk mengetahui apakah seluruh variabel bebas berpengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Apabila nilai signifikansi  $< 0,05$  atau  $f_{hitung} > f_{tabel}$  maka terdapat pengaruh positif secara simultan terhadap minat menggunakan produk bank syariah. Untuk mendapatkan  $f_{tabel}$  digunakan rumus:

$$\begin{aligned} f_{tabel} &= f(k ; n-k) \\ &= f(3 : 97) \\ &= f_{2,698} \end{aligned}$$

**Tabel 4.12 Uji f (Simultan)**

| ANOVA <sup>a</sup> |            |                |    |             |        |                   |
|--------------------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| Model              |            | Sum of Squares | Df | Mean Square | F      | Sig.              |
| 1                  | Regression | 271.431        | 3  | 90.477      | 23.534 | .000 <sup>b</sup> |
|                    | Residual   | 369.079        | 96 | 3.845       |        |                   |
|                    | Total      | 640.510        | 99 |             |        |                   |

a. Dependent Variable: MINAT

b. Predictors: (Constant), PENGETAHUIAN, LIFESTYLE, LINGKUNGAN SOSIAL

Sumber: data diolah dengan SPSS 25, 2023

Tabel diatas menunjukkan nilai f hitung sebesar  $23.534 > 2,698$  f tabel dengan tingkat signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa variabel *lifestyle*, lingkungan sosial, dan pengetahuan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan produk perbankan syariah.

### c. Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Uji koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh kemampuan variabel bebas menerangkan variabel terikat. Jika nilai R<sup>2</sup> semakin besar maka presentasi perubahan variabel terikat (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X) semakin kecil, maka presentasi perubahan variabel terikat yang disebabkan variabel bebas semakin rendah.

**Tabel 4.13 Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

| Model Summary |                   |          |                   |                            |
|---------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model         | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1             | .864 <sup>a</sup> | .746     | .738              | .98038                     |

a. Predictors: (Constant), PENGETAHUIAN, LIFESTYLE, LINGKUNGAN SOSIAL

Sumber: data diolah dengan SPSS 25, 2023

Dari tabel diatas menunjukkan nilai R *square* yaitu sebesar 0,746. Dimana menunjukkan bahwa pengaruh *lifestyle* (X1), lingkungan sosial (X2), dan pengetahuan (X3) menjelaskan sebesar 74,6% terhadap variabel dependen yaitu minat (Y) secara gabungan. Sedangkan 25,4% dipengaruhi oleh faktor variabel diluar penelitian atau nilai error.

## B. Pembahasan

Hasil dari uji hipotesis yang telah dilakukan maka dapat diketahui mengenai pengaruh lifestyle, lingkungan sosial, dan pengetahuan terhadap minat generasi milenial menggunakan produk perbankan syariah akan dijelaskan sebagai berikut:

### 1. Pengaruh dari Variabel *Lifestyle* terhadap Minat Generasi Milenial Menggunakan Produk Perbankan Syariah

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan secara persial antara variabel *lifestyle* (X1) terhadap minat generasi milenial menggunakan produk perbankan syariah, dengan perolehan nilai dari uji statistik dimana  $t_{hitung} 2.743 > 1.984 t_{tabel}$ , dan nilai signifikansi sebesar  $0,007 < 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_{a1}$  diterima,

$H_0$ : ditolak, tidak terdapat pengaruh antaral *lifestyle* terhadap minat generasi milenial menggunakan produk perbankan syariah

$H_{a1}$ : diterima, terdapat pengaruh antara *lifestyle* terhadap minat generasi milenial menggunakan produk perbankan syariah.

Artinya apabila gaya hidup meningkat maka minat menggunakan perbankan juga semakin tinggi, misalnya gaya hidup yang hemat dan mengikuti perkembangan dimana apabila seseorang menghemat akan meningkatkan minatnya dalam menabung di perbankan syariah karena pemasukan yang di dapatkan tidak habis untuk kesenangan semata tetapi menabung untuk masa depan. Begitu juga apabila seseorang mengikut perkembangan yang dimana mereka mengikuti perkembangan teknologi akan memungkinkan meningkatkan minat menggunakan bank syariah karena bank syariah sudah memiliki teknologi yang dimana menyediakan layanan BSI mobile untuk kehidupan sehari-hari agar lebih cepat melakukan transaksi.

Lifestyle juga ialah cara bagi individu atau kelompok untuk menunjukkan identitas mereka. Nilai-nilai, keyakinan, dan preferensi budaya yang dipegang oleh individu menentukan pola kehidupan mereka. Misalnya, seseorang yang menjalani gaya hidup minimalis cenderung mengutamakan hal-hal yang sederhana dan menghindari mengonsumsi makanan yang berlebihan. Sebaliknya,

seseorang yang berjiwa petualang dan bebas mungkin lebih suka menjalani gaya hidup yang mengutamakan eksplorasi dan berpartisipasi dalam aktivitas mereka sendiri.

Dari hasil penelitian ini mendukung dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Muhammad Herdin Hendarsyah pada tahun 2023, dengan judul Pengaruh Pengetahuan, Lingkungan Sosial, dan Gaya Hidup Masyarakat Terhadap Minat Menggunakan Produk Perbankan syariah. Dimana hasil penelitiannya mengatakan bahwa variabel gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan produk bank syariah.

Tetapi hasil penelitian ini bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rifqo Yatul Ulya pada tahun 2020, dengan judul Pengaruh Gya Hidup, Religiusitas, dan Literasi Keuangan Syariah Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Purwokerto terhadap Minat Memilih Produk Bank Syariah, hasil penelitiannya mengemukakan bahwa variabel gaya hidup secara persial tidak berpengaruh terhadap minat memilih produk bank syariah.

Dari hasil penemuan, maka dari itu dapat disimpulkan bahwa variabel gaya hidup berarah positif dan signifikan mempengaruhi minat generasi milenial menggunakan perbankan syariah. Ini terjadi karena gaya hidup seseorang dipengaruhi oleh kelas sosial, motivasi, emosi, kepercayaan, pendidikan dll, sehingga membuat seseorang memutuskan untuk menjalani kehidupannya dengan gaya hidup seperti itu.

Implikasi yang dapat dilakukan oleh perbankan syariah adalah mengidentifikasi pengelompokan segmentasi pasar berdasarkan gaya hidup konsumen yang dapat diukur dengan beberapa indikator, sebagai berikut:

- a. Bagaimana mereka menghabiskan waktu
- b. Bagaimana minat konsumen
- c. Bagaimana kondep diri
- d. Bagaimana karakter dasar manusia, seperti penghasilan, status sosial,dll.

## **2. Pengaruh dari Variabel Lingkungan Sosial terhadap Minat Generasi Milenial Menggunakan Produk Perbankan Syariah**

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan secara persial antara variabel Lingkungan Sosial (X2) terhadap minat generasi milenial menggunakan produk perbankan syariah, dengan perolehan nilai dari uji statistik dimana  $t_{hitung} 2.809 > 1,984 t_{tabel}$  dan nilai signifikansi sebesar  $0,0026 < 0,05$  . Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_{a2}$  diterima,

$H_{02}$ : ditolak, tidak terdapat pengaruh antaral Lingkungan sosial terhadap minat generasi milenial menggunakan produk perbankan syariah

$H_{a2}$  : diterima, terdapat pengaruh antara Lingkungan sosial terhadap minat generasi milenial menggunakan produk perbankan syariah.

Dari hasil penelitian ini mendukung dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Mira Faricha Wati pada tahun 2021, dengan hasil penelitian variabel lingkungan sosial memiliki pengaruh signifikan secara persial terhadap minat menabung di bank syariah. Akan tetapi bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hilal Shodiq Amrullah pada tahun 2021 dengan hasil penelitian bahwa variabel lingkungan sosial tidak berpengaruh secara persial terhadap minat menabung generasi milenial koya Yogyakarta.

Hal-hal yang mempengaruhi masyarakat dalam mengambil keputusan memilih menabung dibank syariah adalah lingkungan sosial yang dimana lingkungan sosial merupakan salah satu hal yang tidak dapat dipisahkan dari masyarakat, dari sejak kecil sampai dewasa bahkan sampai tua pengaruh lingkungan sosial secara tidak langsung sudah menjadi system komunikasi masyarakat bahkan secara tidak langsung pengaruh dari keluarga, kerabat, dan perilaku masyarakat setempat yang ada merupakan peran penting yang mungkin mempengaruhi masyarakat dalam mengambil keputusan memilih menggunakan bank syariah.

Dari hasil penemuan maka dapat disimpulkan bahwa variabel lingkungan sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat generasi milenial menggunakan produk perbankan syariah yang artinya jika seseorang hidup dalam keluarga yang harmonis, patuh terhadap orang tua, dorongan teman untuk memotivasi menggunakan perbankan syariah, serta lingkungan masyarakat yang cenderung menggunakan perbankan syariah. Hal ini dapat megakibatkan adanya

kenaikan minat menggunakan produk bank syariah, karena ada dorongan untuk mengikuti apa yang orang lain gunakan dimana ini ciri generasi milenial yang dimana mereka selalu cenderung mengikuti apa yang sedang berkembang dimasyarakat sekitarnya. Lingkungan sosial tidak dapat berpisah dari masyarakat, dari sejak kecil hingga tua pengaruh lingkungan sosial secara tidak langsung sudah menjadi sistem komunikasi masyarakat.

### **3. Pengaruh dari Variabel Pengetahuan terhadap Minat Generasi Milenial Menggunakan Produk Perbankan Syariah**

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan secara persial antara variabel Pengetahuan (X3) terhadap minat generasi milenial menggunakan produk perbankan syariah, dengan perolehan nilai dari uji statistik dimana  $t_{hitung} = 4.280 > 1,984$   $t_{tabel}$  dan nilai signifikansi sebesar  $0,00 < 0,05$  . Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_03$  ditolak dan  $H_{a3}$  diterima,

$H_03$ : ditolak, tidak terdapat pengaruh antaral Pengetahuan terhadap minat generasi milenial menggunakan produk perbankan syariah

$H_{a3}$ : diterima, terdapat pengaruh antara Pengetahuan terhadap minat generasi milenial menggunakan produk perbankan syariah.

Dari hasil penelitian ini mendukung dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Laras Cantika Dewi pada tahun 2021, dengan judul penelitian Pengaruh Pengetahuan Masyarakat Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah (Studi Pada Masyarakat Jorong Piliang Kecamatan Lima Kaum Kabupaten Tanah Datar). Dimana pada penelitian tersebut variabel pengetahuan berpengaruh secara signifikan terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah.

Sedangkan hasil penelitian ini bertolak belakang dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Linda Fitrianingrum, dengan judul “Pengaruh Pengetahuan, Gaya Hidup, Pendapatan, Kepribadian dan Promosi terhadap Minat Menabung di Bank Syariah (Study pada masyarakat Kecamatan Boyolangu Kabupaten Talungagung). Hasil penelitian ini menunjukkan pengaruh pengetahuan tidak berpengaruh terhadap minat masyarakat Kecamatan Boyolangu mengetahui dasar hukum riba dan keberadaan perbankan syariah, beberapa masyarakat lebih tertarik pada perbankan konvensional yang memiliki eksistensi lebih tinggi.

Dilihat dari hasil penemuan maka dapat disimpulkan variabel pengetahuan berarah positif dan berpengaruh secara signifikan terhadap minat generasi milenial menggunakan produk perbankan syariah. Dimana semakin tinggi pengetahuan masyarakat tentang bank syariah maka semakin tinggi juga minatnya dalam menggunakan perbankan syariah. Bisa dilihat bahwa pengaruh pengetahuan sangat berperan penting, sehingga perbankan syariah sebaiknya harus sering mengedukasi masyarakat tentang perbankan syariah itu sendiri sehingga dapat meningkatkan pengetahuan masyarakat dan meningkatkan minatnya untuk menggunakan produk perbankan syariah.

Pengetahuan merupakan informasi yang disimpan dalam ingatan, informasi ini diperoleh dari berbagai media seperti iklan, platform, Koran dll. Pengetahuan yang dimaksud adalah pengetahuan tentang bagaimana sistem yang dilihat dari organisasi maupun sistem operasional bank syariah yang membedakan dengan bank konvensional.

Lembaga keuangan syariah khususnya bank syariah harus gencar melakukan sosialisasi dan promosi untuk menarik perhatian masyarakat agar tertarik menggunakan perbankan syariah apalagi generasi milenial sangat peka terhadap suatu yang menurutnya lebih menarik. Pengetahuan tentang bank syariah yang berbeda dari perbankan konvensional akan memberikan rasa penasaran untuk mencoba produk dari perbankan syariah apabila perbankan syariah sendiri gencar melakukan sosialisasi dalam memperkenalkan produknya.

#### **4. Pengaruh dari Variabel *Lifestyle*, Lingkungan Sosial dan Pengetahuan terhadap Minat Generasi Milenial Menggunakan Produk Perbankan Syariah**

Dari penelitian ini didapatkan hasil bahwa Variabel *Lifestyle*, Sosial dan Pengetahuan secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat generasi milenial menggunakan produk perbankan syariah. Hasil Uji F dengan nilai sebesar  $f_{hitung} 23.534 > 2.698 f_{tabel}$ , dengan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  menyatakan bahwa  $H_{a4}$  diterima dan  $H_{04}$  ditolak.

Dari hasil penelitian makahipotesis:

H04: ditolak, tidak terdapat pengaruh secara simultan antara *lifestyle*, lingkungan sosial, dan pengetahuan terhadap minat generasi milenial menggunakan produk perbankan syariah

Ha4: diterima, terdapat pengaruh secara simultan antara *lifestyle*, lingkungan sosial, dan pengetahuan terhadap minat generasi milenial menggunakan produk perbankan syariah.

Sementara itu hasil uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) menunjukkan bahwa R square yaitu sebesar 0,746 dimana berarti variabel *Lifestyle* (X1), Lingkungan sosial (X2), dan Pengetahuan (X3) menjelaskan sebesar 74,6%, terhadap variabel dependen (terikat) yaitu minat generasi milenial menggunakan produk bank syariah (Y) secara gabungan. Sedangkan sisanya sebesar 25,4% dipengaruhi oleh faktor diluar variabel penelitian atau nilai *error*.



## BAB V

### KESIMPULAN

#### A. Kesimpulan

1. Lifestyle berpengaruh secara signifikan dan berarah positif hal ini memengaruhi minat milenial untuk memakai produk dari perbankan syariah. Ini terjadi karena minat generasi milenial menggunakan perbankan syariah dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti kelas sosial, motivasi, emosi, kepercayaan, pendidikan, dll yang berdampak pada keputusan seseorang untuk menjalani gaya hidupnya dengan cara seperti apa.
2. Variabel lingkungan sosial juga berpengaruh signifikan dan berarah positif terhadap minat ini. Semakin sering seseorang berada di lingkungan sosial yang sebahagian besar menggunakan atau memakai bank syariah, maka semakin tinggi atau besar kemungkinan mereka juga ikut menggunakan produk tersebut.
3. Variabel pengetahuan memiliki dampak yang positif dan signifikan terhadap keinginan generasi milenial untuk menggunakan produk perbankan syariah. Semakin banyak orang yang tahu tentang bank syariah, semakin banyak mereka yang tertarik untuk bertransaksi dan menabung di bank syariah dan begitupun sebaliknya. Menabung di bank syariah dianggap aman karena label syariahnya.
4. Hasil uji F variabel *lifestyle*, lingkungan sosial dan pengetahuan terhadap minat generasi milenial menggunakan perbankan syariah dengan nilai signifikansi  $0,00 < 0,05$  dinyatakan semua variabel *independen* mempengaruhi secara bersama-sama variabel *dependen*.

#### B. Saran

1. Bagi Akademis

Diharap penelitian ini dapat dijadikan sumber acuan dan referensi bagi peneliti selanjutnya. Dimana peneliti berharap penelitian selanjutnya dapat menjelaskan faktor diluar penelitian ini dimana sebesar 24,6% dimana faktor

ini dapat mempengaruhi masyarakat dalam menggunakan dan memilih produk yang ada di perbankan syariah.

## 2. Bagi Perbankan

Dari hasil yang telah diolah peneliti yang didapatkan variabel lingkungan sosial, dan pengetahuan mempengaruhi minat generasi milenial menggunakan perbankan syariah. maka dari itu disarankan bagi sektir perbankan syariah dapat meningkatkan sistem serta layanan yang belum sempurna dan meningkatkan kualitas bank syariah dan terus mengedukasi masyarakt serta memperkenalkan bank syariah kepada masyarakat sehingga mereka tertarik menggunkan bank syariah. selain itu meningkatkan dan juga menajga kualitas produk, sistem operasi, citra perbankan syariah serta menyelaraskan kebutuhan masyarakat dengan perbankan syariah, hal ini akan berdampak positif bagi bank syariah.

## 3. Masyarakat

Diharapkan dapat menjadi sarana penambah pengetahuan serta wawasan masyarakat tentang lembaga keuangan syariah khususnya Bank syariah, agar mereka lebih memiliki keinginan dan motivasi untuk menggunakan jasa lembaga keuangan syariah yang ada.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ali, Zainuddin. *Hukum Perbankan Syariah*. Jakarta: Sinar Grafika, 2010.
- Alwisol. *Psikologi Kepribadian*. Malang: UMM Press, 2009.
- Ascarya. *Akad dan Produk Bank SyariahI*. Jakarta: Rajawali Pers, 2013.
- Assauri, Sofyan. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers, 2011.
- BPS. *Profil Generasi Milenial Indonesia*. Jakarta: Kementerian Peremberdayaan Perempuan dan perlindungan anak, 2018,
- Cahyanigrum, Made Indradan Ika. *Cara Mudah Memahami Metodologi Peneliti*. . Yogyakarta: CV Budi Utama, 2019.
- Fadhil, Muhammad. *Variabel Belajar Kompleksi Konsep*. Medan: CV Pusdikra Mitra Jaya, 2020.
- Irfan. *Analisis Pembiayaan Mudharabah perbankan Syariah di Indonesia*. Aceh: Unimal Press, 2018.
- Ismail. *Perbankan Syariah*. Jakarta: Kencana Pranamedia Group, 2013
- Janie, Dyah Nirmala Arum. *Statistik Deskriptif dan Regresi Linear Berganda Dengan SPSS*. Semarang: Semarang University press, 2012.
- Kurniawan, Agung Widh., dan Zarah Puspitaningtyas. *Metode Penelitian Kuantitatif*, Yogyakarta: Pandiva Buku, 2016.
- Mustofa, Akhmad. *Uji Hipotesis Statistik*. Yogyakarta : Gapura Publishing, 2013.
- Naf'an. *Pembiayaan Musyarakah dan Mudharabah*. Yogyakarta: Graha Ilmu 2014.
- Nasrudin, Endin. *Psikologi Pendidikan*. Bandung: Lagood's Publishing, 2021.
- Ismail Nurdin dan Sri Hartati. *Metedeologi Penelitian Sosial*. Surabaya: Media Sahabat Cendekia, 2019
- Dalyono,M. *Psikologi Pendidikan*. Jakarta: Rineka Cipta, 2012.
- Setiadi, Nugroho J. *Perilaku Konsumen*. Ed.revisi. Jakarta: Kencana, 2019.
- Siregar, Syofia. *Statistika Deskriptif Untuk Penelitian Dilengkapi Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*. Cet:5. Jakarta :Rajawali Pers, 2016.

- Siyotom,Sandu. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&B*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kombinasi*. Bandung : Alfabeta, 2013.
- Sumarwan, Ujang. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2018.
- Suyanto, Bagong. *Sosiologi Ekonomi*. Jakarta: PT Kharisma Putra Utama, 2013.
- Wiroso. *Produk Perbankan Syariah*. Jakarta: PT Sardo Serana Media, 2009.
- Andespa, Roni, “Pengaruh Budaya dan Keluarga Terhadap Minat Menabung Nasabah di Bank Syariah”, *Jurnal Kajian Ekonomi Islam*2. No.1, (2017), <https://core.ac.uk/download/pdf/229197531.pdf>
- Aswadi, Bayu, “Pengaruh Lingkungan Sosial Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah (Study Kasus Di Desa Bujak Kecamatan Batukaliang Kabupaten Lombok Tengah Ntb” <http://etheses.uinmataram.ac.id/2463/>
- BPS, “Kota Palopo Dalam Angka 2022”, <https://123dok.com/document/yd74kw0g-kota-palopo-dalam-angka-palopo-municipality-in-figures.html>
- Darsini, Fahrurrozi, Eko Agus Cahyono, “Pengetahuan”, *Jurnal Keperawata*, Vol.12, No.1, (2019), <https://e-journal.lppmdianhusada.ac.id/index.php/jk/article/view/96>
- Ekawati,Amalia Martha Supri, “Pengaruh Pengetahuan, Lingkungan Sosial, dan Promosi terhadap Minat Menabung Siswa SMA pada Bank Syariah”, (2020), <https://digilib.uin-suka.ac.id/40495/>
- Fitrianingrum, Linda, “Pengaruh Pengetahuan, Gaya Hidup, Pendapatan, Kepribadian dan Promosi terhadap Minat Menabung di Bank Syariah (Study pada masyarakat Kecamatan Boyolangu Kabupaten Talungagung), <http://repo.uinsatu.ac.id/24009/>
- Habibah, Awal, dan Afriani Nur Hasanah, “Pengetahuan Masyarakat tentang Perbankan Syariah terhadap Minat Menabung di Bank Syariah”, *Margin: Journal of Islamic Bankin*, Vol.1, No.1, (2021), <https://e-journal.lp2m.uinjambi.ac.id/ojs/index.php/margin/article/download/841/458>
- Iskandar,Ahmad Syarief, “Hubungan Antara Komunikasi Pemasaran, Pengetahuan Tentang Bank Syariah, *Perceveid Value* dan Loyalitas Nasabah Bank Syariah Sulawesi Selatan”, *Jurnal Ekonomi*, Vol.2, No.4,

2011.

<http://repository.iainpalopo.ac.id/id/eprint/4229/1/HUBUNGAN%20KOMUNIKASI%20PEMASARAN.....pdf>

Johan, Iskandar “Peranan Koperasi Syariah Dalam Meminimalisir Ketergantungan Masyarakat Berhubungan Dengan Rentenir”, *Journal of Enterprise and Development* 1, No.01, 2020, <https://journal.uinmataram.ac.id/index.php/jed/article/view/1885>

Kasanah, Nur, dan Mohammad Ghazali. “Analisis Hukum Terhadap Praktik Produk Jasa Perbankan Syariah (Fee Based Service)”, *Jurnal Diklat Keagamaan*, Vol.12, No.2 (2018): 98-99. <https://bdksurabaya.e-journal.id/bdksurabaya/article/download/51/29>

KBBI, “Minat” <https://kbbi.web.id/minat>

Khairunisa, Isma Aulia, dan Hendry Cahyono, “Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, dan Lingkungan Sosial terhadap Minat Menabung Menggunakan Bank Syariah”, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol.3, No.3, (2020) <https://journal.unesa.ac.id/index.php/jei/article/view/9624>

Matondang, Asnawati, “Pengaruh Antar Minat dan Motivasi Dengan Prestasi Belajar”, *Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, Vol.2, No.2, (2018): 25. <https://jurnal.uisu.ac.id/index.php/Bahastra/article/view/1215>

Megasari dan Nila Kartika Putri, “Analisis Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kenyamanan, Manfaat dan Kepercayaan yang Mempengaruhi Minat Menggunakan BSI Mobile Palopo”, *Journal of Islamic Economic and Business*, Vol.3, No.1, (2021). <https://ejournal.iainpalopo.ac.id/index.php/alkharaj/article/view/3767>

Nugroho, Sigit Setiyo, “Pengaruh Pengetahuan Produk Perbankan Syariah terhadap Minat Menabung Dosen FIAI Kopertais III DJ Yogyakarta di Bank Syariah”, (2020), <https://dspace0.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/28456/13423077%20Sigit%20Setiyo%20Nugroho.pdf?sequence=1>

- Nuriana, “ Pengaruh Sosialisasi dan Pengetahuan terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Produk Koperasi Bakhti Huria Syariah Kota Palopo”.  
<http://repository.iainpalopo.ac.id/eprint/5028/>
- OJK, “Akad-akad Dalam Transaksi Perbankan Syariah”,  
<http://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/tentang-syariah/pages/akad-PBS.aspx>
- Pulungan , Imam Saleh, “Pengaruh Pendapatan dan Lingkungan Sosial Terhadap minat Menjadi Nasabah Di bank Syariah (study kasus masyarakat Wek. II Batang Toru) <http://etd.iain-padangsidempuan.ac.id/7696/1/1740100182.pdf>
- Purboyo, dan Nuril Huda, ‘Pengaruh Faktor Eksternal, Internal, dan Gaya hidup Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor di Banjarmasin”, *Jurnal wawasan Manajemen*, Vol.5, No.2 (2017):185.  
<http://jwm.ulm.ac.id/id/index.php/jwm/article/view/108>
- Raihana, Siti, “Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Lokasi dan Lingkungan Sosial terhadap Minat Menabung di Bank Aceh Syariah Cabang Jeuram”, *Global Journal of Islamic Banking and Finance*, Vol.2, No.2, 2020,  
<https://jurnal.ar-raniry.ac.id/index.php/jihbiz/article/view/8643>
- Ulya, Rifqo Yatul, “Pengaruh Gaya Hidup, Religiusitas, dan Literasi Keuangan Syariah Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Purwokerto terhadap Minat Memilih Produk Bank Syariah”, (2020) ,  
<http://repository.uinsaizu.ac.id/8093/>
- Risnawati, Riris, “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah Indonesia (Study Kasus Pada Ibu-ibu Milenial Di Kabupaten Bone)”, *Al- Iqtishad: Jurnal Ekonomi*, Vol.13, No.1, (2021) <https://jurnal.iain-bone.ac.id/index.php/aliqtishad/article/download/2536/1129>
- Swarnadi ,Luh Eka, dkk, “Perbandingan Kualitas Produk dan Minat Menabung pada LPD Desa Adat Tajung dengan Desa Adat Tegal, *Jurnal Sosial EKonomi dan Kebijakan Pertanian*, Vol.4, No.1, (2020),  
[https://www.academia.edu/59256300/Perbandingan\\_Kualitas\\_Produk\\_Dan\\_Minat\\_Menabung\\_Pada\\_LPD\\_Desa\\_Adat\\_Tajun\\_Dengan\\_Desa\\_Adat\\_Tegal](https://www.academia.edu/59256300/Perbandingan_Kualitas_Produk_Dan_Minat_Menabung_Pada_LPD_Desa_Adat_Tajun_Dengan_Desa_Adat_Tegal)
- Zukhrufani, Alfitri, dan Muhammad Zakiy,” The effect Of Beauty Influencer,Lifestyle, Brand Image, and Halal Cosmetical Purchasing Decisions”, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol.5, No.2, (2019): 5.  
<https://e-journal.unair.ac.id/JEBIS/article/view/14704>

**L**

**A**

**M**

**P**

**I**

**R**

**A**

**N**



**KUSIONER PENELITIAN**  
**PENGARUH LIFESTYLE, LINGKUNGAN SOSIAL, DAN**  
**PENGETAHUAN TERHADAP MINAT GENERASI MILENIAL**  
**MENGGUNAKAN PERBANKAN SYARIAH DI KOTA PALOPO**

**A. Identitas Responden**

Nama :  
Alamat :  
Usia :  
Jenis Kelamin :  
Pekerjaan :  
Pendidikan Terakhir :

**B. Petunjuk Pengisian Kusioner**

1. Daftar pertanyaan dimohon di jawab dengan jujur dan tidak terwakili
2. Isilah jawaban yang paling sesuai dengan keadaan anda dengan memberi tanda *check list* (v) pada alternatif jawaban yang disediakan
3. Satu pernyataan tidak boleh ada jawaban atau tanda *check list* (v) lebih dari satu
4. Hasil jawaban yang anda berikan semata-mata hanya untuk memecahkan permasalahan dan tidak ada maksud tertentu.
5. Kerahasiaan data anda sebagai responden dan hasil jawaban yang anda berikan akan dijaga oleh peneliti.
6. Keterangan:  
SS : Sangat Setuju  
S : Setuju  
N : Netral  
TS : Tidak Setuju  
STS : Sangat Tidak Setuju

**Variabel Lifestyle (X1)**

| No | Pernyataan   | Alternatif Jawaban |   |   |    |     |
|----|--|--------------------|---|---|----|-----|
|    |  | SS                 | S | N | TS | STS |
| 1. | Saya selalu memutuskan membeli barang yang benar-benar saya butuhkan                                   |                    |   |   |    |     |
| 2. | Saya menggunakan media sosial sebagai alat komunikasi dan pusat informasi                              |                    |   |   |    |     |
| 3. | Saya menyukai hal-hal yang serba cepat (instan) dan mudah  |                    |   |   |    |     |
| 4. | Saya selalu mencari informasi sebelum menggunakan suatu produk   |                    |   |   |    |     |
| 5. | Saya suka mengikuti trend yang sedang berkembang   |                    |   |   |    |     |
| 6. | Saya lebih baik menabung dari pada menghabiskan uang untuk memenuhi keinginan saya yang bermacam-macam |                    |   |   |    |     |

**Variabel Lingkungan Sosial (X2)**

| No | Pernyataan   | Alternatif Jawaban |   |   |    |     |
|----|--|--------------------|---|---|----|-----|
|    |  | SS                 | S | N | TS | STS |
| 1. | Keluarga saya berminat menggunakan jasa dan layanan bank syariah |                    |   |   |    |     |
| 2. | Saya hidup dalam keluarga yang harmonis                          |                    |   |   |    |     |
| 3. | Saya selalu mendengarkan dan mematuhi perintah orang tua         |                    |   |   |    |     |
| 4. | Saya mengetahui bank syariah dari teman / komunitas saya         |                    |   |   |    |     |
| 5. | Teman / komunitas saya mendukung saya menggunakan bank syariah   |                    |   |   |    |     |
| 6. | Masyarakat dilingkungan saya banyak menggunakan bank syariah     |                    |   |   |    |     |

**Variabel Pengetahuan (X3)**

| No | Pernyataan  | Alternatif Jawaban |   |   |    |     |
|----|---|--------------------|---|---|----|-----|
|    |   | SS                 | S | N | TS | STS |
| 1. | Saya pernah mendengar tentang Bank syariah                                  |                    |   |   |    |     |
| 2. | Saya mengetahui perbedaan bank syariah dan bank konvensional                |                    |   |   |    |     |
| 3. | Saya mengetahui bank syariah memberikan keuntungan dengan sistem bagi hasil |                    |   |   |    |     |

|    |  |  |  |  |  |  |
|----|--|--|--|--|--|--|
| 4. | Saya mengetahui lokasi kantor bank syariah   |  |  |  |  |  |
| 5. | Saya mengetahui bank syariah menerapkan akad atau perjanjian berdasarkan syariat islam |  |  |  |  |  |
| 6  | Kejelasan bagi hasil yang diberikan bank syariah memberikan kenyamanan                 |  |  |  |  |  |

**Variabel Minat (Y)**

| No | Pernyataan   | Alternatif Jawaban |   |   |    |     |
|----|--|--------------------|---|---|----|-----|
|    |  | SS                 | S | N | TS | STS |
| 1. | Saya berminat membuka tabungan di bank syariah                           |                    |   |   |    |     |
| 2. | Saya akan merekomendasikan bank syariah kepada kerabat dan orang sekitar |                    |   |   |    |     |
| 3. | Saya akan menjadikan bank syariah sebagai prioritas utama                |                    |   |   |    |     |
| 4. | Saya cenderung memakai produk yang ada di bank syariah                   |                    |   |   |    |     |
| 5. | Saya selalu mencari informasi terbaru tentang bank syariah               |                    |   |   |    |     |



Lampiran 2 : Tabulasi Jawaban Responden

1. Variabel Lifestyle (X1)

| Responden | Lifestyle (X1) |      |      |      |      |      | Total |
|-----------|----------------|------|------|------|------|------|-------|
|           | X1.1           | X1.2 | X1.3 | X1.4 | X1.5 | X1.6 |       |
| 1         | 3              | 3    | 4    | 3    | 3    | 3    | 19    |
| 2         | 4              | 4    | 4    | 4    | 3    | 3    | 22    |
| 3         | 5              | 4    | 3    | 4    | 4    | 4    | 24    |
| 4         | 3              | 4    | 3    | 4    | 5    | 5    | 24    |
| 5         | 4              | 4    | 3    | 3    | 3    | 3    | 20    |
| 6         | 3              | 4    | 4    | 4    | 4    | 3    | 22    |
| 7         | 4              | 3    | 3    | 4    | 3    | 3    | 20    |
| 8         | 4              | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 24    |
| 9         | 4              | 3    | 4    | 3    | 4    | 3    | 21    |
| 10        | 3              | 3    | 3    | 3    | 3    | 3    | 18    |
| 11        | 3              | 4    | 4    | 5    | 4    | 3    | 23    |
| 12        | 4              | 3    | 4    | 3    | 4    | 4    | 22    |
| 13        | 3              | 3    | 4    | 4    | 3    | 3    | 20    |
| 14        | 4              | 4    | 4    | 3    | 4    | 3    | 22    |
| 15        | 4              | 5    | 4    | 4    | 5    | 4    | 26    |
| 16        | 3              | 3    | 4    | 3    | 3    | 3    | 19    |
| 17        | 2              | 1    | 5    | 5    | 2    | 4    | 19    |
| 18        | 3              | 4    | 4    | 3    | 3    | 3    | 20    |
| 19        | 3              | 3    | 3    | 4    | 3    | 3    | 19    |
| 20        | 5              | 4    | 3    | 3    | 3    | 3    | 21    |
| 21        | 4              | 5    | 4    | 4    | 5    | 4    | 26    |
| 22        | 4              | 4    | 5    | 4    | 4    | 5    | 26    |
| 23        | 5              | 4    | 5    | 4    | 5    | 4    | 27    |
| 24        | 5              | 4    | 5    | 4    | 5    | 5    | 28    |
| 25        | 5              | 3    | 4    | 4    | 3    | 5    | 24    |
| 26        | 4              | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 29    |
| 27        | 2              | 5    | 3    | 5    | 2    | 2    | 19    |
| 28        | 3              | 4    | 5    | 4    | 5    | 5    | 26    |
| 29        | 4              | 4    | 4    | 4    | 5    | 4    | 25    |
| 30        | 4              | 5    | 4    | 4    | 4    | 4    | 25    |
| 31        | 5              | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 25    |
| 32        | 3              | 3    | 3    | 4    | 3    | 4    | 20    |
| 33        | 3              | 4    | 4    | 4    | 3    | 4    | 22    |
| 34        | 3              | 4    | 4    | 4    | 3    | 3    | 21    |

|    |   |   |   |   |   |   |    |
|----|---|---|---|---|---|---|----|
| 35 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 22 |
| 36 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 26 |
| 37 | 5 | 3 | 4 | 4 | 3 | 2 | 21 |
| 38 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 20 |
| 39 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 22 |
| 40 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 24 |
| 41 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 1 | 24 |
| 42 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 3 | 24 |
| 43 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 23 |
| 44 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 26 |
| 45 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 26 |
| 46 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 19 |
| 47 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 22 |
| 48 | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 18 |
| 49 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 23 |
| 50 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 51 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 27 |
| 52 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 26 |
| 53 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 54 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 19 |
| 55 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 22 |
| 56 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 18 |
| 57 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 20 |
| 58 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 23 |
| 59 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 23 |
| 60 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 27 |
| 61 | 5 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 19 |
| 62 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 26 |
| 63 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 26 |
| 64 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 20 |
| 65 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 22 |
| 66 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 20 |
| 67 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 25 |
| 68 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 21 |
| 69 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 20 |
| 70 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 23 |
| 71 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 22 |
| 72 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 20 |
| 73 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 25 |

|     |   |   |   |   |   |   |    |
|-----|---|---|---|---|---|---|----|
| 74  | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 26 |
| 75  | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 19 |
| 76  | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 27 |
| 77  | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 21 |
| 78  | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 28 |
| 79  | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 23 |
| 80  | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 28 |
| 81  | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 3 | 24 |
| 82  | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 24 |
| 83  | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 23 |
| 84  | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 3 | 24 |
| 85  | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 22 |
| 86  | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 23 |
| 87  | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 3 | 25 |
| 88  | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 23 |
| 89  | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 90  | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 23 |
| 91  | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 24 |
| 92  | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 26 |
| 93  | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 22 |
| 94  | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 2 | 24 |
| 95  | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 19 |
| 96  | 5 | 3 | 3 | 4 | 4 | 2 | 21 |
| 97  | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 19 |
| 98  | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 26 |
| 99  | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 24 |
| 100 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 23 |

## 2. Variabel Lingkungan Sosial (X2)

| Responden | Lingkungan Sosial (X2) |      |      |      |      |      | Total |
|-----------|------------------------|------|------|------|------|------|-------|
|           | X2.1                   | X2.2 | X2.3 | X2.4 | X2.5 | X2.6 |       |
| 1         | 4                      | 5    | 5    | 5    | 4    | 5    | 28    |
| 2         | 4                      | 4    | 4    | 4    | 4    | 3    | 23    |
| 3         | 4                      | 4    | 4    | 4    | 3    | 3    | 22    |
| 4         | 5                      | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 30    |
| 5         | 5                      | 5    | 5    | 4    | 5    | 2    | 26    |
| 6         | 4                      | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 29    |
| 7         | 3                      | 4    | 4    | 4    | 3    | 3    | 21    |

|    |   |   |   |   |   |   |    |
|----|---|---|---|---|---|---|----|
| 8  | 3 | 5 | 4 | 3 | 3 | 3 | 21 |
| 9  | 3 | 5 | 4 | 4 | 3 | 2 | 21 |
| 10 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 22 |
| 11 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 19 |
| 12 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 17 |
| 13 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 26 |
| 14 | 5 | 5 | 5 | 1 | 5 | 5 | 26 |
| 15 | 3 | 5 | 4 | 2 | 3 | 3 | 20 |
| 16 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 22 |
| 17 | 2 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 20 |
| 18 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | 2 | 24 |
| 19 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 20 |
| 20 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 18 |
| 21 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 23 |
| 22 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 2 | 22 |
| 23 | 2 | 4 | 3 | 2 | 3 | 5 | 19 |
| 24 | 2 | 3 | 2 | 5 | 5 | 1 | 18 |
| 25 | 2 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 26 |
| 26 | 3 | 3 | 2 | 1 | 2 | 3 | 14 |
| 27 | 4 | 4 | 2 | 2 | 2 | 2 | 16 |
| 28 | 3 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 22 |
| 29 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 28 |
| 30 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 31 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| 32 | 3 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 22 |
| 33 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 34 | 3 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 22 |
| 35 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 26 |
| 36 | 3 | 4 | 5 | 3 | 3 | 3 | 21 |
| 37 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 23 |
| 38 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 26 |
| 39 | 3 | 5 | 5 | 3 | 3 | 4 | 23 |
| 40 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 24 |
| 41 | 3 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 22 |
| 42 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 43 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 27 |
| 44 | 4 | 5 | 4 | 3 | 3 | 3 | 22 |
| 45 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 46 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |

|    |   |   |   |   |   |   |    |
|----|---|---|---|---|---|---|----|
| 47 | 3 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 22 |
| 48 | 5 | 3 | 2 | 4 | 2 | 2 | 18 |
| 49 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 26 |
| 50 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 24 |
| 51 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 20 |
| 52 | 3 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 22 |
| 53 | 3 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 22 |
| 54 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 24 |
| 55 | 3 | 3 | 5 | 5 | 1 | 3 | 20 |
| 56 | 2 | 2 | 2 | 2 | 5 | 4 | 17 |
| 57 | 2 | 5 | 5 | 2 | 2 | 2 | 18 |
| 58 | 3 | 5 | 5 | 3 | 3 | 2 | 21 |
| 59 | 4 | 5 | 5 | 3 | 3 | 2 | 22 |
| 60 | 3 | 5 | 5 | 2 | 4 | 3 | 22 |
| 61 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 25 |
| 62 | 4 | 4 | 4 | 2 | 2 | 3 | 19 |
| 63 | 3 | 4 | 4 | 2 | 2 | 3 | 18 |
| 64 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 25 |
| 65 | 3 | 4 | 4 | 2 | 2 | 3 | 18 |
| 66 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 20 |
| 67 | 3 | 4 | 5 | 3 | 3 | 3 | 21 |
| 68 | 3 | 5 | 4 | 3 | 3 | 3 | 21 |
| 69 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 20 |
| 70 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 71 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 26 |
| 72 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 26 |
| 73 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 29 |
| 74 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 28 |
| 75 | 3 | 5 | 4 | 3 | 3 | 3 | 21 |
| 76 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 27 |
| 77 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 78 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 28 |
| 79 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 25 |
| 80 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 22 |
| 81 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 23 |
| 82 | 4 | 5 | 4 | 2 | 2 | 3 | 20 |
| 83 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | 26 |
| 84 | 4 | 2 | 3 | 4 | 4 | 3 | 20 |
| 85 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 29 |

|     |   |   |   |   |   |   |    |
|-----|---|---|---|---|---|---|----|
| 86  | 4 | 2 | 3 | 4 | 4 | 4 | 21 |
| 87  | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 24 |
| 88  | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| 89  | 3 | 4 | 5 | 3 | 3 | 3 | 21 |
| 90  | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 22 |
| 91  | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 25 |
| 92  | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 93  | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 27 |
| 94  | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 29 |
| 95  | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 26 |
| 96  | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 26 |
| 97  | 4 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 23 |
| 98  | 3 | 5 | 4 | 3 | 3 | 3 | 21 |
| 99  | 3 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 22 |
| 100 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 26 |

### 3. Variabel Pengetahuan (X3)

| Responden | Pengetahuan (X3) |      |      |      |      |      | total |
|-----------|------------------|------|------|------|------|------|-------|
|           | X3.1             | X3.2 | X3.3 | X3.4 | X3.5 | X3.6 |       |
| 1         | 5                | 4    | 3    | 4    | 4    | 4    | 24    |
| 2         | 4                | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 24    |
| 3         | 5                | 5    | 5    | 5    | 5    | 4    | 29    |
| 4         | 5                | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 30    |
| 5         | 4                | 5    | 5    | 5    | 5    | 4    | 28    |
| 6         | 4                | 5    | 5    | 5    | 4    | 5    | 28    |
| 7         | 4                | 4    | 3    | 4    | 3    | 3    | 21    |
| 8         | 5                | 3    | 3    | 5    | 3    | 3    | 22    |
| 9         | 5                | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 30    |
| 10        | 5                | 5    | 4    | 5    | 5    | 4    | 28    |
| 11        | 3                | 3    | 3    | 4    | 3    | 3    | 19    |
| 12        | 3                | 5    | 3    | 4    | 4    | 3    | 22    |
| 13        | 5                | 4    | 4    | 5    | 4    | 4    | 26    |
| 14        | 5                | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 30    |
| 15        | 4                | 5    | 4    | 4    | 4    | 4    | 25    |
| 16        | 5                | 4    | 4    | 4    | 3    | 4    | 24    |
| 17        | 5                | 4    | 5    | 5    | 4    | 4    | 27    |
| 18        | 4                | 4    | 3    | 5    | 5    | 5    | 26    |
| 19        | 5                | 3    | 4    | 4    | 3    | 4    | 23    |
| 20        | 5                | 3    | 3    | 4    | 3    | 3    | 21    |

|    |   |   |   |   |   |   |    |
|----|---|---|---|---|---|---|----|
| 21 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 26 |
| 22 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 27 |
| 23 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 22 |
| 24 | 3 | 2 | 3 | 1 | 5 | 2 | 16 |
| 25 | 2 | 2 | 2 | 3 | 5 | 5 | 19 |
| 26 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 27 | 5 | 4 | 2 | 2 | 2 | 2 | 17 |
| 28 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 24 |
| 29 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 30 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 31 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 28 |
| 32 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 25 |
| 33 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 34 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 19 |
| 35 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 22 |
| 36 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 37 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 19 |
| 38 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 23 |
| 39 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 23 |
| 40 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| 41 | 2 | 3 | 3 | 5 | 5 | 3 | 21 |
| 42 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 43 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| 44 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | 5 | 27 |
| 45 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 46 | 3 | 3 | 5 | 3 | 3 | 3 | 20 |
| 47 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 19 |
| 48 | 5 | 2 | 2 | 3 | 5 | 2 | 19 |
| 49 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 19 |
| 50 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 23 |
| 51 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 19 |
| 52 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 22 |
| 53 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 54 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 24 |
| 55 | 5 | 5 | 5 | 2 | 5 | 5 | 27 |
| 56 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 4 | 16 |
| 57 | 5 | 4 | 4 | 2 | 4 | 3 | 22 |
| 58 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 19 |
| 59 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 24 |

|    |   |   |   |   |   |   |    |
|----|---|---|---|---|---|---|----|
| 60 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 23 |
| 61 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 22 |
| 62 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 23 |
| 63 | 4 | 2 | 2 | 5 | 2 | 3 | 18 |
| 64 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 25 |
| 65 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 66 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 19 |
| 67 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 19 |
| 68 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 20 |
| 69 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 19 |
| 70 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 20 |
| 71 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 26 |
| 72 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 26 |
| 73 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 27 |
| 74 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 29 |
| 75 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 76 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 29 |
| 77 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 19 |
| 78 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 26 |
| 79 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 25 |
| 80 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 25 |
| 81 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 24 |
| 82 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 20 |
| 83 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 29 |
| 84 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| 85 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| 86 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 87 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| 88 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 28 |
| 89 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 90 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 23 |
| 91 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 27 |
| 92 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 93 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 27 |
| 94 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 26 |
| 95 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| 96 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 19 |
| 97 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 23 |
| 98 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 18 |

|     |   |   |   |   |   |   |    |
|-----|---|---|---|---|---|---|----|
| 99  | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 3 | 23 |
| 100 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 23 |

#### 4. Variabel Minat (Y)

| Responden | Minat (Y) |     |     |     |     | Total |
|-----------|-----------|-----|-----|-----|-----|-------|
|           | Y.1       | Y.2 | Y.3 | Y.4 | Y.5 |       |
| 1         | 4         | 3   | 3   | 3   | 4   | 17    |
| 2         | 4         | 4   | 4   | 3   | 3   | 18    |
| 3         | 4         | 3   | 4   | 4   | 4   | 19    |
| 4         | 5         | 5   | 3   | 2   | 2   | 17    |
| 5         | 3         | 3   | 3   | 4   | 1   | 14    |
| 6         | 5         | 4   | 4   | 2   | 4   | 19    |
| 7         | 3         | 3   | 2   | 5   | 4   | 17    |
| 8         | 4         | 4   | 3   | 3   | 3   | 17    |
| 9         | 3         | 4   | 2   | 3   | 3   | 15    |
| 10        | 4         | 4   | 3   | 4   | 4   | 19    |
| 11        | 3         | 3   | 3   | 4   | 2   | 15    |
| 12        | 4         | 3   | 3   | 3   | 3   | 16    |
| 13        | 4         | 4   | 4   | 2   | 4   | 18    |
| 14        | 5         | 5   | 5   | 3   | 5   | 23    |
| 15        | 3         | 3   | 3   | 3   | 3   | 15    |
| 16        | 4         | 3   | 3   | 3   | 4   | 17    |
| 17        | 4         | 4   | 2   | 3   | 5   | 18    |
| 18        | 5         | 5   | 2   | 5   | 5   | 22    |
| 19        | 5         | 3   | 3   | 3   | 3   | 17    |
| 20        | 4         | 4   | 4   | 3   | 3   | 18    |
| 21        | 4         | 4   | 3   | 3   | 3   | 17    |
| 22        | 5         | 4   | 4   | 4   | 3   | 20    |
| 23        | 3         | 5   | 3   | 3   | 5   | 19    |
| 24        | 2         | 3   | 5   | 5   | 5   | 20    |
| 25        | 3         | 3   | 5   | 3   | 2   | 16    |
| 26        | 3         | 2   | 5   | 5   | 5   | 20    |
| 27        | 3         | 3   | 4   | 3   | 4   | 17    |
| 28        | 4         | 4   | 4   | 4   | 4   | 20    |
| 29        | 4         | 4   | 4   | 4   | 4   | 20    |
| 30        | 4         | 4   | 4   | 4   | 4   | 20    |
| 31        | 5         | 3   | 5   | 5   | 3   | 21    |
| 32        | 3         | 3   | 4   | 4   | 3   | 17    |

|    |   |   |   |   |   |    |
|----|---|---|---|---|---|----|
| 33 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 34 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 18 |
| 35 | 3 | 3 | 4 | 5 | 4 | 19 |
| 36 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 18 |
| 37 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 17 |
| 38 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 19 |
| 39 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 19 |
| 40 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 24 |
| 41 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 14 |
| 42 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 43 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 24 |
| 44 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 24 |
| 45 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 46 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 47 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 16 |
| 48 | 2 | 2 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 49 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 16 |
| 50 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 19 |
| 51 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 16 |
| 52 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 16 |
| 53 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 17 |
| 54 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 17 |
| 55 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 22 |
| 56 | 2 | 4 | 4 | 4 | 2 | 16 |
| 57 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 17 |
| 58 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 17 |
| 59 | 5 | 4 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 60 | 5 | 3 | 3 | 3 | 4 | 18 |
| 61 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 20 |
| 62 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 16 |
| 63 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 18 |
| 64 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 20 |
| 65 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 16 |
| 66 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 67 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 17 |
| 68 | 4 | 4 | 3 | 3 | 2 | 16 |
| 69 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 16 |
| 70 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 17 |
| 71 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 24 |

|     |   |   |   |   |   |    |
|-----|---|---|---|---|---|----|
| 72  | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 21 |
| 73  | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 23 |
| 74  | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 24 |
| 75  | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 17 |
| 76  | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 22 |
| 77  | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 17 |
| 78  | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 23 |
| 79  | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 21 |
| 80  | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 20 |
| 81  | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 17 |
| 82  | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 16 |
| 83  | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 21 |
| 84  | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 20 |
| 85  | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 21 |
| 86  | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 17 |
| 87  | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 21 |
| 88  | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 22 |
| 89  | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 16 |
| 90  | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 17 |
| 91  | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 24 |
| 92  | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 17 |
| 93  | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 21 |
| 94  | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 21 |
| 95  | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 22 |
| 96  | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 19 |
| 97  | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 17 |
| 98  | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 16 |
| 99  | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 18 |
| 100 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 21 |

Lampiran 3 : Hasil Analisis Data

**A. Uji Validitas**

1. Variabel *Lifestyle* (X1)

|      |                     | <b>Correlations</b> |        |        |       |        |        |        |
|------|---------------------|---------------------|--------|--------|-------|--------|--------|--------|
|      |                     | X1.1                | X1.2   | X1.3   | X1.4  | X1.5   | X1.6   | X1     |
| X1.1 | Pearson Correlation | 1                   | .283   | .083   | -.223 | .436*  | .391*  | .562** |
|      | Sig. (2-tailed)     |                     | .129   | .661   | .237  | .016   | .033   | .001   |
|      | N                   | 30                  | 30     | 30     | 30    | 30     | 30     | 30     |
| X1.2 | Pearson Correlation | .283                | 1      | -.027  | .176  | .531** | .127   | .583** |
|      | Sig. (2-tailed)     | .129                |        | .887   | .353  | .003   | .504   | .001   |
|      | N                   | 30                  | 30     | 30     | 30    | 30     | 30     | 30     |
| X1.3 | Pearson Correlation | .083                | -.027  | 1      | .282  | .402*  | .551** | .573** |
|      | Sig. (2-tailed)     | .661                | .887   |        | .131  | .028   | .002   | .001   |
|      | N                   | 30                  | 30     | 30     | 30    | 30     | 30     | 30     |
| X1.4 | Pearson Correlation | -.223               | .176   | .282   | 1     | .104   | .273   | .369*  |
|      | Sig. (2-tailed)     | .237                | .353   | .131   |       | .583   | .144   | .045   |
|      | N                   | 30                  | 30     | 30     | 30    | 30     | 30     | 30     |
| X1.5 | Pearson Correlation | .436*               | .531** | .402*  | .104  | 1      | .641** | .859** |
|      | Sig. (2-tailed)     | .016                | .003   | .028   | .583  |        | .000   | .000   |
|      | N                   | 30                  | 30     | 30     | 30    | 30     | 30     | 30     |
| X1.6 | Pearson Correlation | .391*               | .127   | .551** | .273  | .641** | 1      | .792** |
|      | Sig. (2-tailed)     | .033                | .504   | .002   | .144  | .000   |        | .000   |
|      | N                   | 30                  | 30     | 30     | 30    | 30     | 30     | 30     |
| X1   | Pearson Correlation | .562**              | .583** | .573** | .369* | .859** | .792** | 1      |
|      | Sig. (2-tailed)     | .001                | .001   | .001   | .045  | .000   | .000   |        |
|      | N                   | 30                  | 30     | 30     | 30    | 30     | 30     | 30     |

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

2. Variabel Lingkungan sosial (X2)

|      |                     | <b>Correlations</b> |       |        |      |      |       |        |
|------|---------------------|---------------------|-------|--------|------|------|-------|--------|
|      |                     | X2.1                | X2.2  | X2.3   | X2.4 | X2.5 | X2.6  | X2     |
| X2.1 | Pearson Correlation | 1                   | .409* | .524** | .249 | .164 | .137  | .597** |
|      | Sig. (2-tailed)     |                     | .025  | .003   | .185 | .387 | .469  | .000   |
|      | N                   | 30                  | 30    | 30     | 30   | 30   | 30    | 30     |
| X2.2 | Pearson Correlation | .409*               | 1     | .700** | .243 | .228 | .413* | .699** |
|      | Sig. (2-tailed)     | .025                |       | .000   | .196 | .226 | .023  | .000   |

|      |                     |        |        |        |        |        |        |        |
|------|---------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| N    |                     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     |
| X2.3 | Pearson Correlation | .524** | .700** | 1      | .411*  | .416*  | .369*  | .831** |
|      | Sig. (2-tailed)     | .003   | .000   |        | .024   | .022   | .045   | .000   |
| N    |                     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     |
| X2.4 | Pearson Correlation | .249   | .243   | .411*  | 1      | .443*  | .037   | .625** |
|      | Sig. (2-tailed)     | .185   | .196   | .024   |        | .014   | .846   | .000   |
| N    |                     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     |
| X2.5 | Pearson Correlation | .164   | .228   | .416*  | .443*  | 1      | .421*  | .677** |
|      | Sig. (2-tailed)     | .387   | .226   | .022   | .014   |        | .021   | .000   |
| N    |                     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     |
| X2.6 | Pearson Correlation | .137   | .413*  | .369*  | .037   | .421*  | 1      | .600** |
|      | Sig. (2-tailed)     | .469   | .023   | .045   | .846   | .021   |        | .000   |
| N    |                     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     |
| X2   | Pearson Correlation | .597** | .699** | .831** | .625** | .677** | .600** | 1      |
|      | Sig. (2-tailed)     | .000   | .000   | .000   | .000   | .000   | .000   |        |
| N    |                     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     |

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

### 3. Variabel Pengetahuan (X3)

#### Correlations

|      |                     | X3.1  | X3.2   | X3.3   | X3.4   | X3.5  | X3.6   | X3     |
|------|---------------------|-------|--------|--------|--------|-------|--------|--------|
| X3.1 | Pearson Correlation | 1     | .426*  | .456*  | .439*  | -.095 | .153   | .537** |
|      | Sig. (2-tailed)     |       | .019   | .011   | .015   | .619  | .419   | .002   |
| N    |                     | 30    | 30     | 30     | 30     | 30    | 30     | 30     |
| X3.2 | Pearson Correlation | .426* | 1      | .670** | .603** | .318  | .414*  | .781** |
|      | Sig. (2-tailed)     | .019  |        | .000   | .000   | .087  | .023   | .000   |
| N    |                     | 30    | 30     | 30     | 30     | 30    | 30     | 30     |
| X3.3 | Pearson Correlation | .456* | .670** | 1      | .631** | .446* | .551** | .855** |
|      | Sig. (2-tailed)     | .011  | .000   |        | .000   | .013  | .002   | .000   |
| N    |                     | 30    | 30     | 30     | 30     | 30    | 30     | 30     |
| X3.4 | Pearson Correlation | .439* | .603** | .631** | 1      | .321  | .637** | .837** |
|      | Sig. (2-tailed)     | .015  | .000   | .000   |        | .083  | .000   | .000   |
| N    |                     | 30    | 30     | 30     | 30     | 30    | 30     | 30     |
| X3.5 | Pearson Correlation | -.095 | .318   | .446*  | .321   | 1     | .644** | .599** |
|      | Sig. (2-tailed)     | .619  | .087   | .013   | .083   |       | .000   | .000   |
| N    |                     | 30    | 30     | 30     | 30     | 30    | 30     | 30     |

|      |                     |        |        |        |        |       |        |        |
|------|---------------------|--------|--------|--------|--------|-------|--------|--------|
| X3.6 | Pearson Correlation | .153   | .414*  | .551** | .637** | .644* | 1      | .776** |
|      | Sig. (2-tailed)     | .419   | .023   | .002   | .000   | .000  |        | .000   |
|      | N                   | 30     | 30     | 30     | 30     | 30    | 30     | 30     |
| X3   | Pearson Correlation | .537** | .781** | .855** | .837** | .599* | .776** | 1      |
|      | Sig. (2-tailed)     | .002   | .000   | .000   | .000   | .000  | .000   |        |
|      | N                   | 30     | 30     | 30     | 30     | 30    | 30     | 30     |

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

#### 4. Variabel Minat (Y)

##### Correlations

|     |                     | Y.1    | Y.2    | Y.3   | Y.4    | Y.5    | Y      |
|-----|---------------------|--------|--------|-------|--------|--------|--------|
| Y.1 | Pearson Correlation | 1      | .535** | .000  | .056   | -.100  | .553** |
|     | Sig. (2-tailed)     |        | .002   | 1.000 | .768   | .601   | .002   |
|     | N                   | 30     | 30     | 30    | 30     | 30     | 30     |
| Y.2 | Pearson Correlation | .535** | 1      | -.167 | -.076  | .284   | .577** |
|     | Sig. (2-tailed)     | .002   |        | .377  | .689   | .128   | .001   |
|     | N                   | 30     | 30     | 30    | 30     | 30     | 30     |
| Y.3 | Pearson Correlation | .000   | -.167  | 1     | .369*  | -.016  | .459*  |
|     | Sig. (2-tailed)     | 1.000  | .377   |       | .045   | .934   | .011   |
|     | N                   | 30     | 30     | 30    | 30     | 30     | 30     |
| Y.4 | Pearson Correlation | .056   | -.076  | .369* | 1      | .261   | .581** |
|     | Sig. (2-tailed)     | .768   | .689   | .045  |        | .164   | .001   |
|     | N                   | 30     | 30     | 30    | 30     | 30     | 30     |
| Y.5 | Pearson Correlation | -.100  | .284   | -.016 | .261   | 1      | .529** |
|     | Sig. (2-tailed)     | .601   | .128   | .934  | .164   |        | .003   |
|     | N                   | 30     | 30     | 30    | 30     | 30     | 30     |
| Y   | Pearson Correlation | .553** | .577** | .459* | .581** | .529** | 1      |

|                 |      |      |      |      |      |    |
|-----------------|------|------|------|------|------|----|
| Sig. (2-tailed) | .002 | .001 | .011 | .001 | .003 |    |
| N               | 30   | 30   | 30   | 30   | 30   | 30 |

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

## B. Uji Reabilitas

### 1. Uji Reabilitas Variabel *Lifestyle* (X1)

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .703             | 6          |

### 2. Uji Reabilitas Variabel Lingkungan Sosial (X2)

#### Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .739             | 6          |

### 3. Uji Reabilitas Variabel Pengetahuan (X3)

#### Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .828             | 6          |

### 4. Uji Reabilitas Variabel Minat (Y)

#### Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .670             | 5          |

## RIWAYAT HIDUP



**Lola Setia Ningsi**, Lahir di Palopo pada tanggal 19 Maret 2001. Penulis merupakan anak dari pasangan ayah Hamzah dan ibu Rosita. Penulis berasal dari Kec Wara, Kel Boting, Palopo, Sulawesi Selatan. Pendidikan dasar penulis diselesaikan tahun 2014 di SDN 53 Sawerigading, Palopo. Kemudian ditahun yang sana penulis melanjutkan sekolah menengah pertama di SMP 2 Palopo pada tahun 2014-2016. Selanjutnya pada tahun 2016-2019 penulis melanjutkan sekolah menengah atas di SMA Negeri 1 Palopo. Setelah lulus SMA ditahun 2019, penulis melanjutkan pendidikan S1 Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Palopo.

*Contact person penulis : [lolasetianingsi@gmail.com](mailto:lolasetianingsi@gmail.com)*