

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan dijelaskan tentang gambaran dari hasil penelitian beserta hipotesis sampai dengan pembahasan. Hasil penelitian dan pembahasan disajikan secara terpisah dan jelas. Penelitian ini menggunakan alat bantu analisis yakni perangkat lunak SPSS 16.0, sebagai sarana dalam pengolahan data yang telah berhasil dikumpulkan oleh peneliti berupa kuesioner. Adapun penjelasan hasil penelitian dan pembahasan adalah sebagai berikut :

A. Gambaran Umum Obyek/Subyek Penelitian

Penelitian ini menggunakan beberapa sampel Universitas Atma Jaya, Universitas Kristen Duta Wacana dan Universitas Sanata Dharma. Berdasarkan metode *purposive sampling* yang telah ditetapkan di bab III, maka diperoleh sampel sebanyak 124 responden.

Tabel 4.1
Penyebaran Kuesioner

No.	Universitas	Kuesioner disebar	Kuesioner kembali
1	Universitas Atma Jaya	50	50
2	Universitas Sanata Dharma	50	34
3	Universitas Kristen Duta Wacana	50	40
Total			124

Sumber : Data diolah dengan SPSS 16.0

Dari 3 Universitas yang dipilih untuk menjadi tempat penyebaran kuesioner, masing-masing Universitas diambil 40-50 responden untuk mengisi

kuesioner yang dikirim. Peneliti menyebar 150 kuesioner dan hanya kembali 124 yang dapat dijadikan data untuk diolah.

Tabel 4.2
Prosedur Pemilihan Sampel Mahasiswa Non Muslim

No.	Kriteria Sampel	Jumlah
1	Jumlah kuisisioner kembali	124
2	Mahasiswa muslim dan atau memiliki rekening bank syariah	6
	Total Responden yang Sesuai Kriteria	118

Dari total kuisisioner yang kembali sebesar 124, hanya 118 responden yang memenuhi ketiga kriteria yang ditentukan, sehingga jumlah data yang dapat di olah peneliti sebesar 118 responden.

Tabel 4.3
Data Responden

Jenis Kelamin	Laki-laki	60
	Perempuan	58
Total		118
Agama	Kristen	112
	Katolik	5
	Hindu	1
Total		118
Universitas	Atma Jaya	47
	Sanata Dharma	31
	Kristen Duta Wacana	40
Total		118
Bank	Mandiri	31
	BRI	61
	BNI	21
	Lainnya	5
Total		118

B. Uji Kualitas Instrumen dan Data

1. Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif akan menyajikan nilai-nilai dari seluruh variabel yang digunakan dalam penelitian mulai dari jumlah data, nilai minimum, nilai maksimum, nilai *mean* dan *standar deviation* atau simpangan baku.

Tabel 4.4
Uji Statistik Deskriptif

	N	Min	Max	Mean	Std. Deviation
Variasi Produk (VP)	118	9	20	14.822	2.198
Promosi (PR)	118	11	20	15.084	1.819
Lokasi (LK)	118	4	15	8.889	2.617
Reputasi (RP)	118	10	19	15.135	1.573
Informasi Keuangan (IK)	118	10	20	14.805	2.081
Pengetahuan (PN)	118	9	19	14.288	2.141
Minat Berinvestasi (MB)	118	10	20	14.898	1.975
Valid N (listwise)	118				

Sumber : *Output* SPSS 16.0

Berdasarkan tabel 4.4 diatas dapat dilihat bahwa terdapat 118 sampel data yang digunakan dalam penelitian dimana data tersebut diambil melalui penyebaran kuesioner di 3 Universitas Non Muslim yang ada di Yogyakarta yang sudah ditetapkan sebagai sampel penelitian. Total seluruh pertanyaan dalam kuesioner adalah 28 pertanyaan dengan rincian 4 pertanyaan untuk variabel Variasi Produk (VP), 4 untuk variable Promosi (PR), 4 untuk variabel Lokasi (LK), 4 untuk variable Reputasi (RP), 4 untuk variable Informasi Keuangan (IK), 4 untuk variable Pengetahuan (PN), dan 4 untuk variable Minat Berinvestasi (MB).

Berdasarkan tabel 4.4 diketahui bahwa untuk variabel independen (bebas) Variasi Produk pada tabel memiliki nilai minimum 9 dan maksimum 20. Memiliki rata-rata 14.822, yang artinya sebagian besar responden memilih angka 3-4 yang berarti netral-setuju terhadap pernyataan-pernyataan yang terdapat pada kuisisioner, sedangkan untuk variasi data, nilai varian dalam tabel untuk variabel (VP) menunjukkan angka 2.198.

Variabel independen (bebas) Promosi (PR) pada tabel memiliki nilai min sebesar 11 dan max sebesar 20. Memiliki nilai mean sebesar 15.084, yang artinya sebagian besar responden memilih angka 3-4 yang berarti netral-setuju terhadap pernyataan-pernyataan yang terdapat pada kuisisioner. Ukuran penyebaran dari rata-rata dari variable Promosi (PR) yaitu standard deviasi sebesar 1.819.

Variabel independen (bebas) Lokasi (LK) pada tabel memiliki nilai min sebesar 4 dan nilai max sebesar 15. Nilai mean sebesar 8.889 yang artinya sebagian besar responden memilih angka 2-3 yang berarti tidak setuju-netral terhadap pernyataan-pernyataan yang terdapat pada kuisisioner. Ukuran penyebaran dari rata-rata yaitu standard deviasi 2.617 untuk variable Lokasi (LK).

Variabel independen (bebas) Reputasi (RP) pada tabel memiliki nilai min 10 dan nilai max sebesar 19. Nilai mean sebesar 15.135, yang artinya sebagian besar responden memilih angka 3-4 yang berarti netral-

setuju terhadap pernyataan-pernyataan yang terdapat pada kuisioner. Ukuran penyebaran dari rata-rata yaitu standard deviasi 1.573.

Variable independen (bebas) Informasi Keuangan (IK) pada table memiliki nilai min 10 dan nilai max 20. Nilai mean sebesar 14.805 yang artinya sebagian besar responden memilih angka 3-4 yang berarti netral-setuju terhadap pernyataan-pernyataan yang terdapat pada kuisioner dan ukuran penyebaran dari rata-rata yaitu standard deviasi 2.081.

Variable independen (bebas) Pengetahuan (PN) pada table memiliki nilai min 9 dan nilai max 19. Nilai mean sebesar 14.288 yang artinya sebagian besar responden memilih angka 3-4 yang berarti netral-setuju terhadap pernyataan-pernyataan yang terdapat pada kuisioner dan ukuran penyebaran dari rata-rata yaitu standard deviasi 2.141.

Variabel dependen yaitu Minat Berinvestasi (MB) menunjukkan angka rata-rata 14.898, yang menunjukkan bahwa sebagian besar responden memilih angka 3-4 yang artinya adalah netral-setuju terhadap pernyataan-pernyataan yang terdapat pada kuisioner. Variabel dependen pada penelitian ini juga memiliki nilai minimum 10 dan maksimum 20. Standard deviasi untuk variabel dependen penelitian ini adalah 1,975 yang menunjukkan ukuran penyebaran dari rata-ratanya yaitu 14.898.

2. Pengujian Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Menurut Wiyono (2011) validitas menunjukkan tingkat seberapa besar butir-butir pertanyaan atau instrumen mewakili konsep yang diukur. Uji validitas dapat dilihat dengan nilai total *Bivariate Correlation Pearson* r_{hitung} lebih besar daripada r tabel. Pengujian menggunakan uji satu arah dengan jumlah data responden (n) = 118 responden, r tabel 0,151 dan dengan taraf signifikansi 0,05. Pengujian ini menggunakan aplikasi SPSS versi 16.0 *for Windows*

Tabel 4.5
Hasil Uji Validitas

No.	Variabel		r hitung	r table	Ket
1	Variasi Produk (VP)	VP1	0.799	0.151	Valid
		VP2	0.816	0.151	Valid
		VP3	0.746	0.151	Valid
		VP4	0.832	0.151	Valid
2	Promosi (PR)	PR1	0.632	0.151	Valid
		PR2	0.721	0.151	Valid
		PR3	0.704	0.151	Valid
		PR4	0.745	0.151	Valid
3	Lokasi (LK)	LK1	0.162	0.151	Valid
		LK2	0.667	0.151	valid
		LK3	0.992	0.151	Valid
		LK4	0.402	0.151	Valid
4	Reputasi (RP)	RP1	0.815	0.151	Valid
		RP2	0.587	0.151	Valid
		RP3	0.668	0.151	Valid
		RP4	0.156	0.151	Valid
5	Informasi Keuangan (IK)	IK1	0.503	0.151	Valid
		IK2	0.612	0.151	Valid

No	Variabel		r hitung	r tabel	Ket
5	Informasi Keuangan (IK)	IK3	0.485	0.151	Valid
		IK4	0.529	0.151	Valid
6	Pengetahuan (PN)	PN1	0.816	0.151	Valid
		PN2	0.802	0.151	Valid
		PN3	0.762	0.151	Valid
		PN4	0.372	0.151	Valid
7	Minat Berinvestasi (MB)	MB1	0.780	0.151	Valid
		MB2	0.686	0.151	Valid
		MB3	0.782	0.151	Valid
		MB4	0.754	0.151	Valid

Sumber: *Output SPSS 16.0*

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa butir-butir pertanyaan pada variabel Variasi Produk, Promosi, Lokasi, Reputasi, Informasi Keuangan, Pengetahuan, dan Minat Berinvestasi mempunyai hasil r_{hitung} lebih besar daripada r_{tabel} . Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh pertanyaan pada ke 7 (tujuh) variabel tersebut valid atau layak digunakan sebagai instrumen penelitian.

b. Uji Reliabilitas

Reliabel atau tidaknya sebuah indikator dapat dilihat dari nilai *Cronbach's Alpha* dimana harus mempunyai $> 0,6$ agar dapat dikatakan reliabel. Setelah uji validitas dan data dinyatakan valid, maka selanjutnya dilakukan uji reliabilitas. *Cronbach's Alpha* menunjukkan ukuran keandalan yang nilainya harus berkisar dari 0 sampai 1 (Hair *et al.*, 2010).

Tabel 4.6
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Ket
Variasi Produk (VP)	0.810	Reliabel
Promosi (PR)	0.654	Reliabel
Lokasi (LK)	0.797	Reliabel
Reputasi (RP)	0.927	Reliabel
Informasi Keuangan (IK)	0.770	Reliable
Pengetahuan (PN)	0.656	Reliable
Minat Berinvestasi (MB)	0.740	Reliable

Sumber : *Output SPSS 16.0*

Pada item total statistis menunjukkan nilai Cronbach's variabel Variasi Produk (0.810) ; Promosi (0.654) ; Lokasi (0.797) ; Reputasi (0.927) ; Informasi Keuangan (0.770) ; Pengetahuan (0.656) ; dan Minat Berinvestasi (0.740) > 0.6 maka data dikatakan handal atau reliable.

3. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Uji normalitas berguna untuk menguji sebuah data berdistribusi secara normal atau tidak. Hal ini dapat diketahui dengan melihat nilai *Kolmogorov Smirnov*.

Tabel 4.7
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		118
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.51958520
Most Extreme Differences	Absolute	.066
	Positive	.066
	Negative	-.061
Kolmogorov-Smirnov Z		.716
Asymp. Sig. (2-tailed)		.685

a. Test distribution is Normal.

Sumber : *Output SPSS 16.0*

Berdasarkan tabel 4.8 di atas dapat diketahui nilai *Kolmogorov-smirnov Z* 0.716 > 0.05, sehingga dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

2) Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas dilakukan guna mengetahui ada atau tidaknya korelasi antara variabel-variabel independen dalam model regresi. Caranya dengan melihat dan membandingkan nilai VIF dan tolerance Value. Apabila nilai dari VIF lebih < 10 dan tolerance value > 0,1 maka dapat dikatakan penelitian ini tidak terjadi masalah multikolinearitas (Latan, 2013).

Tabel 4.8
Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Colinearity Statistic		Keterangan
	Tolerance	VIF	
Variasi Produk (VP)	0.756	1.322	Tidak mengalami multikolinieritas
Promosi (PR)	0.759	1.318	Tidak mengalami multikolinieritas
Lokasi (LK)	0.952	1.050	Tidak mengalami multikolinieritas
Reputasi (RP)	0.856	1.168	Tidak mengalami multikolinieritas
Informasi Keuangan (IK)	0.972	1.029	Tidak mengalami multikolinieritas
Pengetahuan (PN)	0.869	1.151	Tidak mengalami multikolinieritas

Sumber : *Output SPSS 16.0*

Berdasarkan tabel 4.8 diatas, tolerance value variabel independen (bebas) Variasi Produk (VP) = 0.756, Promosi (PR) = 0.759, Lokasi (LK) = 0.952, Reputasi (RP) = 0.856, Informasi Keuangan (IK) = 0.972 dan Pengetahuan (PN) = 0.869. Dapat disimpulkan bahwa seluruh nilai tolerance variabel independen (bebas) yang digunakan dalam penelitian ini adalah > 0.1 sehingga data tidak terkena multikolinieritas. Untuk nilai VIF, variabel Variasi Produk (VP) = 1.322, Promosi (PR) = 1.318, Lokasi (LK) = 1.050, Reputasi (RP) = 1.168, Informasi Keuangan (IK) = 1.029 dan Pengetahuan (PN) = 1.151. dengan terpenuhinya semua syarat maka dapat disimpulkan penelitian ini tidak terkena multikolinieritas.

3) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan uji asumsi klasik yang mempunyai tujuan untuk melihat apakah data yang akan diuji regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dan residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Apabila data yang digunakan dalam uji regresi memiliki kesamaan atau *variance* maka data tersebut terkena heteroskedastisitas. Deteksi terhadap terjadinya heteroskedastisitas dapat dilihat melalui uji *Glejser* (Handayani, 2013). Uji Glejser untuk penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 4.9
Pengujian Heteroskedastisitas

Variabel	Nilai Sig	Keterangan
Variasi Produk (VP)	0.957	Tidak mengalami heteroskedastisitas
Promosi (PR)	0.657	Tidak mengalami heteroskedastisitas
Lokasi (LK)	0.188	Tidak mengalami heteroskedastisitas
Reputasi (RP)	0.814	Tidak mengalami heteroskedastisitas
Informasi Keuangan (IK)	0.469	Tidak mengalami heteroskedastisitas
Pengetahuan (PN)	0.680	Tidak mengalami heteroskedastisitas

Sumber : *Output SPSS 16.0*

Apabila nilai signifikansi variabel independen dari hasil uji Glejser lebih dari signifikansi $\alpha = 0,05$ maka dapat disimpulkan model regresi terbebas dari heteroskedastisitas dan sebaliknya.

Berdasarkan tabel 4.9 diatas, nilai sig keenam variabel independen pada penelitian ini adalah > 0.05 . Sehingga dapat disimpulkan bahwa data tidak terkena heteroskedastisitas

C. Hasil Penelitian (Uji Hipotesis)

1. Uji F

Uji F merupakan pengujian atas seluruh variabel independen dalam sebuah penelitian yang bertujuan untuk melihat apakah seluruh variabel independen dapat mempengaruhi variabel independennya secara simultan atau tidak. Uji F ini dilakukan dengan menggunakan signifikan level pada tabel ANOVA 0,05 ($\alpha=5$). Kriteria dalam uji F ini, apabila nilai signifikan $< 0,05$ maka hipotesis akan diterima, itu berarti keenam variabel independen tidak berpengaruh signifikan secara simultan terhadap variabel independennya dan sebaliknya, apabila nilai signifikan $> 0,05$ maka hipotesis akan ditolak secara simultan keenam variabel ini berpengaruh terhadap variabel dependennya.

Tabel 4.12
ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	186.610	6	31.102	12.778	.000 ^a
Residual	270.169	111	2.434		
Total	456.780	117			

Sumber : *Output SPSS 16.0*

Berdasarkan dari hasil uji F pada tabel 4.12 diperoleh F hitung sebesar 12.778 dan probabilitas sebesar 0,000. Karena sig F hitung < 5%(0,000 < 0,05), maka Ha diterima, atau dapat disimpulkan bahwa Variasi Produk (VP), Promosi (PR), Lokasi (LK), Reputasi (RP), Informasi Keuangan (IK), dan Informasi Keuangan (IK) secara simultan berpengaruh terhadap Minat Berinvestasi (MB).

2. Uji T

Kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis pada uji T ini adalah apabila nilai sig > 0,05 maka hipotesis akan ditolak, yang artinya bahwa secara parsial variabel independen tersebut tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependennya. Sebaliknya, apabila nilai sig < 0,05 maka hipotesis akan diterima dan artinya bahwa secara parsial variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependennya.

Tabel 4.10
Uji T
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	sig	Collinearity statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	-.320	2.273		-.141	.888		
VP	.018	.075	.202	2.404	.181	.756	1.322
PR	.451	.091	.415	4.954	.000	.759	1.318
LK	.049	.056	.064	.861	.391	.952	1.050
RP	.191	.099	.152	1.927	.056	.856	1.168
IK	-.092	.074	-.096	-1.232	.221	.869	1.151
PN	.263	.068	.285	3.852	.000	.972	1.029

Sumber : *Output SPSS 16.0*

Berdasarkan pengujian tabel 4.10 dapat dirumuskan model regresi sebagai berikut :

$$MB = -0.320 + 0.181 VP + 0.451 PR + 0.049 LK + 0.191 RP - 0.092 IK + 0.263 PN + e$$

a. Pengujian Hipotesis Pertama (H₁)

Hasil uji T tabel 4.10 menunjukkan variabel Variasi Produk mempunyai nilai sig 0.181 > alpha 0.05 dan arah koefisien regresi positif 0.181 yang artinya variabel Variasi Produk (VP) tidak berpengaruh terhadap Minat Berinvestasi (MB). Dengan demikian hipotesis pertama (H₁) yang menyatakan bahwa Variasi Produk berpengaruh terhadap minat berinvestasi di bank syariah dinyatakan **ditolak**.

b. Pengujian Hipotesis Kedua (H₂)

Hasil uji T tabel 4.10 menunjukkan variabel Promosi mempunyai nilai sig 0.000 < alpha 0.05 dan arah koefisien regresi positif 0.451 yang artinya variabel Promosi (PR) berpengaruh terhadap minat berinvestasi. Dengan demikian hipotesis kedua (H₂) yang menyatakan bahwa Promosi berpengaruh terhadap minat berinvestasi di bank syariah dinyatakan **diterima**.

c. Pengujian Hipotesis Ketiga (H₃)

Hasil uji T tabel 4.10 menunjukkan variabel Lokasi mempunyai nilai sig 0.391 > alpha 0.05 dan arah koefisien regresi positif 0.049 yang artinya variabel Lokasi (LK) tidak berpengaruh

terhadap minat berinvestasi. Dengan demikian hipotesis ketiga (H_3) yang menyatakan bahwa Lokasi berpengaruh terhadap minat berinvestasi di bank syariah **ditolak**

d. Pengujian Hipotesis Keempat (H_4)

Hasil uji T table 4.10 menunjukkan variable Reputasi mempunyai nilai sig 0.056 > alpha 0.05 dan arah koefisien regresi positif 0.191 yang artinya variable Reputasi (RP) tidak berpengaruh terhadap minat berinvestasi. Dengan demikian hipotesis keempat (H_4) yang menyatakan bahwa Reputasi berpengaruh terhadap minat berinvestasi di bank syariah **ditolak**.

e. Pengujian Hipotesis Kelima (H_5)

Hasil uji T table 4.10 menunjukkan variable Informasi Keuangan mempunyai nilai sig 0.221 > alpha 0.05 dan arah koefisien regresi negatif -0.092 yang artinya variabel Informasi Keuangan (IK) tidak berpengaruh terhadap minat berinvestasi. Dengan demikian hipotesis kelima (H_5) yang menyatakan bahwa Informasi Keuangan berpengaruh terhadap minat berinvestasi di bank syariah **ditolak**.

f. Pengujian Hipotesis Keenam (H_6)

Hasil uji T tabel 4.10 menunjukkan variabel Pengetahuan mempunyai nilai sig 0.000 < alpha 0.05 dan arah koefisien regresi positif 0.263 yang artinya variabel Pengetahuan (PN) berpengaruh terhadap minat berinvestasi. Dengan demikian hipotesis keenam (H_6)

yang menyatakan bahwa pengetahuan berpengaruh terhadap minat berinvestasi di bank syariah **diterima**.

Tabel 4.11
Ringkasan Seluruh Hasil Pengujian Hipotesis

Kode	Hipotesis	Hasil
H1	Variasi Produk berpengaruh positif terhadap minat berinvestasi di Bank Syariah	Ditolak
H2	Promosi berpengaruh positif terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah	Diterima
H3	Lokasi berpengaruh positif terhadap minat berinvestasi di Bank Syariah	Ditolak
H4	Reputasi berpengaruh positif terhadap minat berinvestasi di Bank Syariah	Ditolak
H5	Informasi keuangan berpengaruh positif terhadap minat berinvestasi di Bank Syariah	Ditolak
H6	Pengetahuan berpengaruh positif terhadap minat berinvestasi di Bank Syariah	Diterima

3. Uji *R Square*

Menjelaskan seberapa besar variabel independen berkontribusi terhadap variabel dependen. Semakin nilai tinggi *R square* (R^2) atau koefisien determinasi maka kemampuan variabel independen untuk menjelaskan variabel independennya semakin tinggi.:

Tabel 4.13
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.639 ^a	.409	.377	1.56011	2.305

a. Predictors: (Constant), total pengetahuan, total reputasi, total variasi produk, total lokasi, total informasi keu, total promosi

b. Dependent Variable: minat

Sumber : *Output SPSS 16*

Pada tabel diatas menunjukkan *Adjusted R Square* 0.377 yang artinya variabel independent dapat menjelaskan variabel dependennya sebesar 37.7%, sedangkan 62.3% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak terdapat dalam model.

D. Pembahasan

1. Pengaruh Variasi Produk terhadap Minat Berinvestasi di Bank Syariah

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, didapatkan nilai dari hubungan langsung antara variasi produk terhadap minat berinvestasi sig sebesar 0.18 dan T sebesar 2.404. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel variasi produk tidak berpengaruh terhadap minat berinvestasi di bank syariah karena faktor-faktor, yaitu : 1) Produk bank syariah terasa asing untuk non muslim. 2) Mahasiswa non muslim menganggap bahwa produk bank syariah hanya khusus untuk umat Islam.

Variasi produk merupakan salah satu hal penting dalam sebuah perusahaan. Produk bank syariah yang di butuhkan dan sesuai dengan

keinginan konsumen baik muslim atau non muslim akan memberikan kepuasan. Adanya paradigma atau pandangan produk pada bank syariah hanya khusus untuk umat Islam memberikan imbas terhadap minimnya mahasiswa non muslim yang ingin menjadi konsumen bank syariah, padahal pada kenyataannya bank syariah tidak membatasi atau menghalangi non muslim untuk menjadi nasabah bank syariah. Hal ini menyebabkan mahasiswa non muslim menjadi tidak tertarik akan produk bank syariah karena pada awalnya sudah merasa bahwa produk bank syariah bukan untuk non muslim.

Hasil penelitian ini tidak sependapat dengan penelitian yang dilakukan oleh Sari dan Yupiter (2012) yang menunjukkan bahwa variasi produk memiliki pengaruh terhadap minat berinvestasi di bank syariah. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Chotimah (2014) yang menyatakan bahwa variasi produk tidak berpengaruh terhadap minat berinvestasi di bank syariah.

2. Pengaruh Promosi terhadap Minat Berinvestasi di Bank Syariah

Bedasarkan hasil pengujian hipotesis, didapatkan nilai dari hubungan langsung antara promosi terhadap minat berinvestasi sig sebesar 0,000 dan T sebesar 4.954. Diterima tidaknya sebuah hipotesis apabila nilai signya < dari 0,05 dan nilai T < dari 10. Semua kriteria sudah memenuhi syarat tersebut, sehingga hipotesis dapat diterima. Artinya hasil penelitian ini menerima H2 yang menyatakan bahwa promosi berpengaruh terhadap minat berinvestasi di bank syariah.

Promosi merupakan kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk memasarkan, mengenalkan produk yang dijual oleh perusahaan, semakin sering dilakukan promosi semakin tinggi produk tersebut dikenal dan terjual. Dengan adanya promosi, bank syariah mampu akan mampu menarik perhatian baik muslim ataupun non muslim. Apriyanti (2014) menyatakan bahwa bank syariah mampu memiliki nasabah non muslim disebabkan oleh kegiatan bank syariah yang melakukan promosi dengan cara mendatangi tempat-tempat usaha.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mardalis dan Zusrony (2009) dan Istiqomah (2015) yang menyatakan bahwa promosi berpengaruh terhadap minat berinvestasi di bank syariah.

3. Pengaruh Lokasi terhadap Minat Berinvestasi di Bank Syariah

Berdasarkan hasil penelitian pada uji T, lokasi tidak mempengaruhi minat berinvestasi di bank syariah, karena menurut tabel uji T, sig variabel lokasi adalah $0.391 > \alpha 0.05$ serta nilai T kurang dari 10 sebesar 0.861. Itu artinya bahwa hasil penelitian ini menolak H3 yang berbunyi lokasi berpengaruh terhadap minat berinvestasi di bank syariah.

Lokasi suatu tempat usaha akan memberikan pengaruh yang cukup besar terhadap keinginan menggunakan atau membeli produk perusahaan. Nasriah (2015) menyatakan salah satu keberhasilan usaha adalah dengan menempatkan di lokasi yang strategis. Lokasi

unit/kantor bank syariah sendiri dirasa masih kurang dibandingkan dengan bank konvensional yang ada di Yogyakarta, bahkan keberadaan ATM tidak dapat selalu dapat ditemukan di dalam pusat perbelanjaan seperti supermarket ataupun mall yang ada di Yogyakarta. Hal tersebut akan menyebabkan pelayanan serta likuidasi dana menjadi sulit dilakukan akibat kurangnya fasilitas ditempat-tempat terjadinya transaksi.

Penelitian ini sependapat dengan penelitian yang dilakukan oleh Nasriah (2015) yang menyatakan bahwa lokasi tidak berpengaruh terhadap minat berinvestasi di bank syariah.

4. Pengaruh Reputasi terhadap Minat Berinvestasi di Bank Syariah

Berdasarkan hasil penelitian pada uji T, reputasi tidak mempengaruhi minat berinvestasi di bank syariah, karena menurut tabel uji T, sig variabel reputasi adalah $0.056 > \alpha 0.05$ serta nilai T kurang dari 10 sebesar 1.927. Itu artinya bahwa hasil penelitian ini menolak H4 yang berbunyi reputasi berpengaruh terhadap minat berinvestasi di bank syariah.

Reputasi merupakan gambaran yang terdapat dalam pikiran seseorang yang disebabkan oleh berbagai rangsangan pada inderanya (Krismanto, 2010). Secara kinerja sebenarnya bank syariah tidak kalah dibandingkan dengan bank konvensional hal ini dibuktikan dengan kemampuan bank syariah dalam menghadapi krisis serta salah satu bank syariah yang mendapat penghargaan pelayanan terbaik. Namun

reputasi utama yang dimiliki bank syariah adalah bank khusus umat Islam yang mengakibatkan non muslim enggan untuk ikut serta dalam bank syariah.

Penelitian ini tidak sependapat dengan hasil penelitian Amalia dan Weni (2014) yang menyatakan bahwa reputasi berpengaruh terhadap minat berinvestasi di bank syariah.

5. Pengaruh Informasi Keuangan terhadap Minat Berinvestasi di Bank Syariah

Berdasarkan hasil penelitian pada uji T, informasi keuangan tidak mempengaruhi minat berinvestasi di bank syariah, karena menurut tabel uji T, sig variabel informasi keuangan adalah $0.221 > \alpha 0.05$ sedangkan nilai T kurang dari 10 sebesar -1.232. Itu artinya bahwa hasil penelitian ini menolak H_5 yang berbunyi informasi keuangan berpengaruh terhadap minat berinvestasi di bank syariah.

Laporan keuangan dan informasi keuangan yang sesuai akan menunjukkan bagaimana kondisi perusahaan, informasi tersebut akan berguna bagi pemilik kepentingan (*stakeholder*) (Sholihah, 2015). Seorang mahasiswa cenderung tidak akan peduli atau mempertimbangkan informasi keuangan untuk memilih dan menggunakan suatu produk perusahaan dalam hal ini produk bank syariah, sesuai atau tidaknya informasi keuangan yang disediakan perusahaan tidak akan memiliki pengaruh apabila hal tersebut tidak menjadi pertimbangan dalam memilih suatu produk.

Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh ramadhan (2015) yang menyatakan bahwa informasi keuangan berpengaruh positif terhadap minat berinvestasi di bank syariah.

6. Pengaruh Pengetahuan terhadap Minat Berinvestasi di Bank Syariah

Berdasarkan hasil penelitian pada uji T, pengetahuan mempengaruhi minat berinvestasi di bank syariah, karena menurut tabel uji T, sig variabel pengetahuan adalah $0.000 < \alpha 0.05$ sedangkan nilai T kurang dari 10 sebesar 3.852. Itu artinya bahwa hasil penelitian ini menerima H5 yang berbunyi pengetahuan berpengaruh terhadap minat berinvestasi di bank syariah.

Dengan memiliki pengetahuan perbankan syariah seperti perbedaan utama dibandingkan dengan bank konvensional yaitu system bank syariah yang menghindari bunga serta hakikat bank syariah yang tidak hanya melayani umat Islam namun juga non Islam. Mahasiswa non muslim yang memiliki pengetahuan tersebut tentu cenderung lebih tertarik dibandingkan dengan yang tidak memiliki pengetahuan tersebut karena tidak terikat pada pandangan bahwa bank syariah dikhususkan untuk umat Islam saja.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Widyanti (2011) yang menyatakan bahwa pengetahuan berpengaruh terhadap minat berinvestasi di bank syariah.