

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data

1. Gambaran Umum Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Penelitian ini dilakukan di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Objek penelitian ini dilakukan pada mahasiswa aktif S1 yang mempelajari Ekonomi Syariah dan mahasiswa non Ekonomi syariah Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta merupakan salah satu perguruan tinggi swasta di Yogyakarta yang beralamat di Jl. Brawijaya, Geblagan, Tamantirto, Kec. Kasihan, Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta 55183. Lahirnya Universitas Muhammadiyah Yogyakarta ditengah-tengah Kota Yogyakarta karena adanya dorongan, tanggung jawab, dan kesadaran bahwasanya pendidikan pada hakekatnya merupakan tanggung jawab dari seluruh masyarakat Indonesia.

Diawali dengan gerakan sosial keagamaan yaitu Muhammadiyah maka dari situlah awal mula didirikannya Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Muhammadiyah didirikan di Yogyakarta pada tahun 1912 oleh KH. Ahmad Dahlan. Gerakan sosial keagamaan ini mengalami kemajuan yang pesat, terutama pada bidang pendidikan, akhirnya mendorong para aktivis Muhammadiyah untuk mendirikan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, sehingga Prof. Dr. Kahar

Muzakkir memberikan suatu pendapat untuk mendirikan Universitas yang berjalur Muhammadiyah.

Pada tanggal 18 November 1960, Pimpinan Pusat Muhammadiyah Majelis Pengajaran meresmikan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan di daerah Yogyakarta. Adanya peresmian tersebut akhirnya secara eksplisit piagam pendirian mencantumkan bahwa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan merupakan bagian dari Universitas Muhammadiyah. Akhirnya pada bulan Maret 1982, para aktifis Muhammadiyah seperti Drs. M. Alfin darmawan, Drs. Mustafa Kamal Pasha, Hoemam Zainal, SH, Brigjen. TNI (Purn) Drs. Bakri Syahid, K.H. Ahmad Azhar Basyri, M.A, H. M. Daim Saleh, Ir. H. M. Dasron Hamid, M.Sc, Dr. M. Amien Rais, M.A, H. Mh. Mawardi, Drs. H. Hasan Basri, H. Zubeir Kohar, Drs. H. Abdul Rosyad Sholeh, Ir. H. A. Basit Wahid serta adanya dukungan dari Ketua Pimpinan Pusat Muhammadiyah yaitu K.H.A.R. Fakhruddin dan Ketua Wilayah Muhammadiyah DIY yaitu H.M. Muchlas Abror, maka secara resmi didikannya Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang berkembang saat ini (<http://blog.umy.ac.id/nuansadunia/umy/>).

Saat ini UMY memiliki 9 fakultas program sarjana, yaitu : Fakultas Agama Islam, Fakultas Ekonomi, Fakultas Hukum, Fakultas Isipol, Fakultas Kedokteran dan Ilmu Kesehatan, Fakultas Pertanian, Fakultas Teknik, Fakultas Pendidikan Bahasa, Program Vokasi/Politeknik (D III) dan Program Pendidikan Provesi Universitas

Muhammadiyah Yogyakarta. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta juga memiliki Program Pascasarjana terdiri dari: program studi Magister Manajemen, Magister Studi Islam, Magister Ilmu Pemerintahan, Magister Administrasi Rumah Sakit, Magister Keperawatan, Magister Hubungan Internasional, dan Magister Hukum. Untuk Program Doktor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta terdiri dari : Program Doktor Psikologi Pendidikan Islam, Program Doktor Politik Islam, dan Program Doktor Manajemen (Biro Akademik UMY).

Peneliti menyebarkan kuesioner melalui softcopy maupun hardcopy. Melalui softcopy, peneliti menggunakan *Google Form* yang disebarkan melalui grup-grup online, adapun kuesioner yang kembali melalui softcopy sejumlah 54 kuesioner, namun ada beberapa mahasiswa yang mengisi kuesioner lebih dari satu. Lalu hardcopy menggunakan media print out sebanyak 63 kuesioner. Adapun kuesioner yang tidak bisa diolah sejumlah 17 karena data yang tidak lengkap, dan data yang sama, sehingga total data yang dapat diolah sebanyak 100 kuesioner. Berikut merupakan hasil dari pengolahan data identitas reponden menggunakan aplikasi SPSS versi 22.

2. Gambaran Umum Responden

1. Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

1) Mahasiswa yang mempelajari Ekonomi Syariah

Klasifikasi jumlah responden berdasarkan jenis kelamin, untuk responden laki-laki yaitu berjumlah 11 orang, sedangkan untuk responden perempuan berjumlah 39 orang.

Tabel 4.1
Jumlah responden berdasarkan jenis kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persen
Laki-laki	14	28%
Perempuan	36	72%
Total	50	100%

Sumber : Data primer diolah pada 18 November 2019

Dari tabel diatas dapat diambil kesimpulan bahwa mayoritas responden berjenis kelamin perempuan dengan presentase sebesar 78% atau berjumlah 39 orang dan untuk responden yang berjenis kelamin laki-laki sebesar 22% atau berjumlah 11 orang.

2) Mahasiswa non Ekonomi Syariah

Klasifikasi jumlah responden berdasarkan jenis kelamin, untuk responden laki-laki yaitu berjumlah 23 orang, sedangkan untuk responden perempuan berjumlah 27 orang.

Tabel 4.2
Jumlah responden berdasarkan jenis kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persen
Laki-laki	23	46%
Perempuan	27	54%
Total	50	100%

Sumber : Data primer diolah pada 18 November 2019

Dari tabel diatas dapat diambil kesimpulan bahwa mayoritas responden berjenis kelamin perempuan dengan presentase sebesar 54% atau berjumlah 27 orang dan presentase responden yang berjenis kelamin laki-laki sebesar 46% atau berjumlah 23 orang

2. Jumlah responden berdasarkan usia

1) Mahasiswa yang mempelajari Ekonomi Syariah

Adapun klasifikasi jumlah responden berdasarkan usia, untuk responden yang berusia 18 tahun yaitu berjumlah 6 orang atau sebesar 12%, responden yang berusia 19 yaitu berjumlah 7 orang atau sebesar 14%, responden yang berusia 20 tahun yaitu berjumlah 15 orang atau sebesar 30%, responden yang berusia 21 tahun yaitu berjumlah 18 orang atau sebesar 36%, dan responden yang berusia 22 tahun yaitu berjumlah 4 orang atau sebesar 8%.

Tabel 4.3
Jumlah responden berdasarkan usia

Umur	Frekuensi	Persen
18	6	12%
19	7	14%
20	15	30%
21	18	36%
22	4	8%
Total	50	100%

Sumber: Data primer diolah pada 18 November 2019

Dari table diatas dapat diambil kesimpulan bahwa mayoritas responden berusia 21 tahun yaitu berjumlah 18 orang atau sebesar 36%.

2) Mahasiswa non Ekonomi Syariah

Adapun klasifikasi jumlah responden berdasarkan usia, untuk responden yang berusia 18 tahun yaitu berjumlah 8 orang atau sebesar 16%, responden yang berusia 19 berjumlah 12 orang atau sebesar 24%, responden yang berusia 20 tahun berjumlah 7 orang atau sebesar 14%, responden yang berusia 21 tahun berjumlah 24 orang atau sebesar 48%, responden yang berusia 22 tahun berjumlah 6 orang atau sebesar 12%, responden yang berusia 23 tahun berjumlah 4 orang atau sebesar 8%, dan responden yang berusia 24 berjumlah 1 orang atau sebesar 2%.

Tabel 4.4
Jumlah responden berdasarkan usia

Umur	Frekuensi	Persen
18	8	16%
19	12	24%
20	7	14%
21	12	24%
22	6	12%
23	4	8%
24	1	2%
Total	50	100%

Sumber: Data primer diolah pada 18 November 2019

Dari table diatas, untuk klasifikasi jumlah responden berdasarkan usia dapat diambil kesimpulan bahwa mayoritas responden berusia 21 tahun sebesar 24%.

3. Jumlah responden berdasarkan tahun masuk

1) Mahasiswa yang mempelajari Ekonomi Syariah

Adapun klasifikasi jumlah responden berdasarkan tahun masuk, untuk responden yang masuk 2016 berjumlah 23 orang atau sebesar 46%, responden yang masuk tahun 2017 berjumlah 10 orang atau sebesar 20%, responden yang masuk tahun 2018 berjumlah 11 orang atau sebesar 22%, dan responden yang masuk 2019 berjumlah 6 orang atau sebesar 12%

Tabel 4. 5
Jumlah responden berdasarkan tahun masuk

Tahun masuk	Frekuensi	Persen
2016	23	46%
2017	10	20%
2018	11	22%
2019	6	12%
Total	50	100%

Sumber: Data primer diolah pada 18 November 2019

Dari tabel di atas dapat diambil kesimpulan bahwa mayoritas responden berasal dari tahun masuk 2016 yaitu berjumlah 23 orang atau sebesar 46%

2) Mahasiswa non Ekonomi Syariah

Adapun klasifikasi jumlah responden berdasarkan tahun masuk, untuk responden yang masuk tahun 2014 yaitu berjumlah 1 orang atau sebesar 2%, responden yang masuk tahun 2015 berjumlah 7 orang atau sebesar 14%, responden yang masuk tahun 2016 berjumlah 13 orang atau sebesar 26%, responden yang masuk tahun 2017 berjumlah 5 orang atau sebesar 10%, responden dengan tahun masuk 2018 berjumlah 15 orang atau sebesar 30%, dan responden yang masuk tahun 2019 berjumlah 9 orang atau sebesar 18 %.

Tabel 4.6
Jumlah responden berdasarkan tahun masuk

Tahun masuk	Frekuensi	Persen
2014	1	2%
2015	7	14%
2016	13	26%
2017	5	10%
2018	15	30%
2019	9	18%
Total	50	100%

Sumber: Data primer diolah pada 18 November 2019

Dari tabel di atas dapat diambil kesimpulan bahwa mayoritas responden berasal dari tahun masuk 2018 yaitu berjumlah 15 orang atau sebesar 30%.

B. Uji Kualitas Instrumen

Uji instrumen bertujuan untuk mengetahui apakah instrumen penelitian sudah valid dan reliabel. Berikut uji instrumen hasil pengujian validitas dan reliabilitas

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui apakah item atau data yang digunakan dalam penelitian valid atau tidak. Untuk menganalisis item-item pernyataan valid atau tidak yaitu dengan cara melihat total skornya, dimana total skor nilai tersebut akan dibandingkan dengan nilai r tabel.

1) Mahasiswa yang mempelajari Ekonomi Syariah

Jumlah data mahasiswa yang mempelajari ekonomi syariah yaitu berjumlah 50. maka diperoleh r tabel sebesar 0,231. Hasil dari uji validitas mahasiswa yang mempelajari ekonomi syariah sebagai berikut:

Tabel 4.7
Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	Corrected item total	R table	Keterangan
Persepsi	P1	.511	.231	Valid
	P2	.313	.231	Valid
	P3	.538	.231	Valid
	P4	.678	.231	Valid
	P5	.532	.231	Valid
	P6	.653	.231	Valid
Kepercayaan	K1	.603	.231	Valid
	K2	.548	.231	Valid
	K3	.587	.231	Valid
	K4	.668	.231	Valid
	K5	.536	.231	Valid
	K6	.420	.231	Valid
Nilai Nasabah	N1	.536	.231	Valid
	N2	.574	.231	Valid
	N3	.625	.231	Valid
	N4	.643	.231	Valid
Word of Mouth	W1	.551	.231	Valid
	W2	.649	.231	Valid
	W3	.647	.231	Valid
	W4	.472	.231	Valid
	W5	.800	.231	Valid
	W6	.748	.231	Valid

Sumber: Data primer diolah pada 18 November 2019

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa seluruh butir item pertanyaan yang ada pada kuesioner dapat dikatakan valid, karena diperoleh hasil bahwa seluruh nilai item lebih besar dari r tabel sebesar 0,231.

2) Mahasiswa non Ekonomi Syariah

Jumlah data mahasiswa non ekonomi syariah yaitu berjumlah 50. maka diperoleh r tabel sebesar 0,231. Hasil dari uji validitas mahasiswa non ekonomi syariah sebagai berikut:

Tabel 4. 8
Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	Corrected item total	R table	Keterangan
Persepsi	P1	.266	.231	Valid
	P2	.311	.231	Valid
	P3	.521	.231	Valid
	P4	.577	.231	Valid
	P5	.238	.231	Valid
	P6	.256	.231	Valid
Kepercayaan	K1	.535	.231	Valid
	K2	.633	.231	Valid
	K3	.678	.231	Valid
	K4	.651	.231	Valid
	K5	.559	.231	Valid
	K6	.336	.231	Valid
Nilai Nasabah	N1	.736	.231	Valid
	N2	.388	.231	Valid
	N3	.599	.231	Valid
	N4	.594	.231	Valid
Word of Mouth	W1	.610	.231	Valid
	W2	.530	.231	Valid
	W3	.495	.231	Valid
	W4	.552	.231	Valid

W5	.647	.231	Valid
W6	.554	.231	Valid

Sumber: Data primer diolah pada 18 November 2019

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa seluruh butir item pertanyaan yang ada pada kuesioner dapat dikatakan valid, karena diperoleh hasil bahwa seluruh nilai item lebih besar dari r tabel sebesar 0,231.

2. Uji Realibilitas

Uji realibilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi jawaban dari kuesioner responden. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban dari responden stabil atau konsisten dari waktu ke waktu yaitu dilihat dari nilai *cronbach's alpha* yang $> 60\%$.

1) Mahasiswa yang mempelajari Ekonomi Syariah

Pengukuran uji realibilitas menggunakan nilai *cronbach's alpha* $> 60\%$. Adapun jumlah datamahasiswa yang mempelajari ekonomi syariah yaitu sebesar 50, maka sebuah instrumen dapat dikatakan reliabel apabila nilai *cronbach's alpha* lebih besar dari 60%. Berikut hasil uji realibilitas penelitian ini:

Tabel 4.9
Hasil Uji Realibilitas

Variabel	<i>Cronbach's alfa</i>	Keterangan
Persepsi	.917	Reliabel
Kepercayaan	.909	Reliabel
Nilai Nasabah	.908	Reliabel
<i>Word of Mouth</i>	.916	Reliabel

Sumber: Data primer diolah pada 18 November 2019

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa variabel dalam penelitian ini dapat dikatakan reliabel, karena nilai koefisien *cronbach's alpha* yang lebih besar dari 60 %.

2) Mahasiswa non Ekonomi Syariah

Pada penelitian ini, pengukuran uji realibilitas menggunakan nilai *cronbach's alpha* >60% . Adapun jumlah data mahasiswa yang mempelajari ekonomi syariah yaitu sebesar 50, maka sebuah instrumen dapat dikatakan reliabel apabila nilai *cronbach's alpha* lebih besar dari 60%. Berikut hasil uji realibilitas penelitian ini:

Tabel 4.10
Hasil Uji Realibilitas

Variabel	<i>Cronbach's alfa</i>	Keterangan
Persepsi	.859	Reliabel
Kepercayaan	.884	Reliabel
Nilai Nasabah	.850	Reliabel
<i>Word of Mouth</i>	.849	Reliabel

Sumber: Data primer diolah pada 18 November 2019

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa variabel dalam penelitian ini dapat dikatakan reliabel, karena nilai koefisien *cronbach's alpha* yang lebih besar dari 60 %.

C. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas berguna untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel yang digunakan berdistribusi normal atau tidak, jika

setelah dilakukan uji normalitas dan hasil yang diperoleh tidak normal maka uji statistika menjadi tidak valid. Dalam pembahasan penelitian ini akan digunakan uji one sample Kolmogorov-Smirnov dengan taraf signifikansi 5% atau 0.05. Data akan dinyatakan normal jika signifikansi hasil uji normalitas > 0.05 . Berikut hasil uji normalitas:

1) Mahasiswa yang mempelajari Ekonomi Syariah

Tabel 4.11
Hasil Uji Normalitas

	Std. Deviation	Test Statistic	Asymp. Sig. (2-tailed)
Unstandardized Residual	1.47521765	.103	.200 ^{c,d}

Sumber : Dataprimer diolah pada 18 November 2019

Dari data di atas dapat diketahui bahwa Kolmogorov-Smirnov yaitu .103 dan Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar .200 dimana tidak signifikan pada 0.05, dengan demikian dapat dikatakan jika residual terdistribusi secara normal.

2) Mahasiswa non Ekonomi Syariah

Tabel 4.12
Hasil Uji Normalitas

	Std. Deviation	Test Statistic	Asymp. Sig. (2-tailed)
Unstandardized Residual	1.60192970	.107	.200 ^{c,d}

Sumber : Data primer diolah pada 18 November 2019

Dari data di atas dapat diketahui bahwa Kolmogorov-Smirnov yaitu .107 dan Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar .200 dimana

tidak signifikan karena lebih besar dari 0.05, dengan demikian dapat dikatakan jika residual terdistribusi secara normal.

2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolonieritas berguna untuk melihat apakah dalam suatu model regresi ditemukan adanya korelasi yang tinggi antar variabel independen atau tidak. Suatu model regresi yang baik yaitu jika tidak terjadi korelasi antar variabel independen. Adapun hasil dari uji multikolinieritas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Mahasiswa yang mempelajari Ekonomi Syariah

Tabel. 4.13
Hasil Uji Multikolonieritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Persepsi	.689	1.452
Kepercayaan	.299	3.342
Nilai Nasabah	.325	3.076

Sumber : Data primer diolah pada 18 November 2019

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai *Tolerance* dari variabel independen tidak ada yang kurang dari 0.10 dan nilai *Variance Inflation Factor* dari variabel independen tidak ada yang lebih dari 10, maka dapat diambil dikatakan bahwa berdasarkan uji multikolonieritas yang telah dilakukan terbebas atau tidak terjadi gejala multikolonieritas.

2) Mahasiswa non Ekonomi Syariah

Tabel. 4.14
Hasil Uji Multikolonieritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Persepsi	.869	1.151
Kepercayaan	.807	1.239
Nilai Nasabah	.771	1.297

Sumber : Data primer diolah pada 18 November 2019

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai *Tolerance* dari variabel independen tidak ada yang kurang dari 0.10 dan nilai *Variance Inflation Factor* dari variabel independen tidak ada yang lebih dari 10, maka dapat diambil dikatakan bahwa berdasarkan uji multikolonieritas yang telah dilakukan terbebas atau tidak terjadi gejala multikolonieritas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas berguna untuk melihat apakah dalam suatu model regresi terdapat ketidaksamaan variance dari residual dari suatu pengamatan ke pengamatan yang lainnya. Suatu model regresi dapat dikatakan baik jika tidak memiliki variance atau residual dari suatu pengamatan ke pengamatan yang lainnya yang memiliki sifat tetap. Hasil dari uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Mahasiswa yang mempelajari Ekonomi Syariah

Tabel 4.15
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Corelation Coefficien Sig (2-tailed)
Persepsi	.178
Kepercayaan	.304
Nilai Nasabah	.964

Sumber: Data primer diolah pada 18 November 2019

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi lebih besar dari 0.05 sehingga dapat diambil dikatkan bahwa model regresi yang digunakan terhindar atau tidak terdapat masalah heterokedastisitas.

- 2) Mahasiswa non Ekonomi Syariah

Tabel 4.16
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Corelation Coefficien Sig (2-tailed)
Persepsi	.811
Kepercayaan	.087
Nilai Nasabah	.561

Sumber: Data primer diolah pada 18 November 2019

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi lebih besar dari 0.05 sehingga dapat diambil dikatkan bahwa model regresi yang digunakan terhindar atau tidak terdapat masalah heterokedastisitas.

D. Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Uji regresi linear berganda dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas yaitu persepsi (X1), kepercayaan

(X2), dan nilai nasabah (X3) terhadap variabel terikat yaitu perilaku *word of mouth* (Y).

1) Mahasiswa yang mempelajari Ekonomi Syariah

Tabel 4.17
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
Constant	-3.397	2.282		-1.489	.143
Persepsi	.296	.114	.257	2.602	.012
Kepercayaan	.434	.205	.317	2.119	.039
Nilai Nasabah	.702	.266	.378	2.636	.011

Sumber : Data primer diolah pada 18 November 2019

Dari data diatas dapat diketahui persamaan regresi linear berganda yaitu :

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

$$Y = -3.397 + 0.296 X_1 + 0.434 X_2 + 0.702 X_3 + 2.82$$

Keterangan :

- Y : Perilaku *Word of Mouth* (dependen)
 X1 : Persepsi (independen)
 X2 : Kepercayaan (independen)
 X3 : Nilai Nasabah (independen)

Berdasarkan hasil persamaan regresi linier berganda diatas, besarnya koefisien dari masing-masing variabel independen dapat diketahui sebagai berikut:

- a. Nilai koefisien regresi berganda variabel persepsi (X1) sebesar 0.296 yang artinya bahwa 1 kali peningkatan persepsi maka perilaku *word of mouth* akan meningkat sebesar 0.296 atau 26,6%. Koefisien regresi

variabel persepsi (X1) bernilai positif, artinya terjadi hubungan positif dengan perilaku *word of mouth*. Semakin tingginya persepsi mahasiswa maka semakin meningkat perilaku *word of mouth* tentang bank syariah.

- b. Nilai koefisien regresi berganda variabel kepercayaan (X2) sebesar 0.434 yang artinya 1 kali peningkatan kepercayaan maka perilaku *word of mouth* akan meningkat sebesar 0.434 atau 43,4%. Koefisien regresi variabel kepercayaan (X2) bernilai positif, artinya terjadi hubungan positif dengan perilaku *word of mouth*. Semakin tingginya kepercayaan yang dirasakan mahasiswa maka semakin meningkat perilaku *word of mouth* tentang bank syariah.
- c. Nilai koefisien regresi berganda variabel nilai nasabah (X3) sebesar 0.702 yang artinya 1 kali peningkatan nilai nasabah maka perilaku *word of mouth* akan meningkat sebesar 0.702 atau 70,2%. Koefisien regresi variabel nilai nasabah (X3) bernilai positif, artinya terjadi hubungan positif dengan perilaku *word of mouth*. Semakin tingginya nilai yang dirasakan mahasiswa maka semakin meningkat perilaku *word of mouth* tentang bank syariah.

2) Mahasiswa non Ekonomi Syariah

Tabel 4.18
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
Constant	1.826	2.554		.715	.478
Persepsi	.315	.133	.272	2.373	.022
Kepercayaan	.195	.087	.268	2.248	.029
Nilai Nasabah	.553	.181	.372	3.060	.004

Sumber : Data primer diolah pada 18 November 2019

Dari data diatas dapat diketahui persamaan regresi linear

berganda yaitu :

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

$$Y = 1.826 + 0.315 X_1 + 0.195 X_2 + 0.553 X_3 + 2.554$$

Keterangan :

- Y : Perilaku Word of Mouth (dependen)
 X1 : Persepsi (independen)
 X2 : Kepercayaan (independen)
 X3 : Nilai Nasabah (independen)

Berdasarkan hasil persamaan regresi linier berganda diatas, besarnya koefisien dari masing-masing variabel independen dapat diketahui sebagai berikut:

- a. Nilai koefisien regresi berganda variabel persepsi (X1) sebesar 0.315 yang artinya 1 kali peningkatan persepsi, maka perilaku *word of mouth* akan meningkat sebesar 0.315 atau 31,5%. Koefisien regresi variabel persepsi (X1) bernilai positif, artinya terjadi

hubungan positif dengan perilaku *word of mouth*. Semakin tingginya persepsi mahasiswa maka semakin meningkat perilaku *word of mouth* tentang bank syariah.

- b. Nilai koefisien regresi berganda variabel kepercayaan (X2) sebesar 0.195 yang artinya 1 kali peningkatan kepercayaan, maka perilaku *word of mouth* akan meningkat sebesar 0.195 atau 19,5%. Koefisien regresi variabel kepercayaan (X2) bernilai positif, artinya terjadi hubungan positif dengan perilaku *word of mouth*. Semakin tingginya kepercayaan yang dirasakan mahasiswa maka semakin meningkat perilaku *word of mouth* tentang bank syariah.
- c. Nilai koefisien regresi berganda variabel nilai nasabah (X3) sebesar 0.553 yang artinya 1 kali peningkatan nilai nasabah, maka perilaku *word of mouth* akan meningkat sebesar 0.553 atau 55,3%. Koefisien regresi variabel nilai nasabah (X3) bernilai positif, artinya terjadi hubungan positif dengan perilaku *word of mouth*. Semakin tingginya nilai nasabah yang dirasakan mahasiswa maka semakin meningkat perilaku *word of mouth* tentang bank syariah.

E. Uji Hipotesis

1. Uji Parsial (Uji-t)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen). Pada penelitian ini, menggunakan taraf signifikansi 0.05 atau 5% dengan jumlah responden yaitu 100 yang terdiri dari 50

mahasiswa yang mempelajari Ekonomi Syariah dan 50 mahasiswa non Ekonomi Syariah.

1) Mahasiswa yang mempelajari Ekonomi Syariah

Tabel 4.19
Hasil Uji Parsial (Uji-t)

Model	T	Sig.	Keterangan
Constant	-1.498	.143	
Persepsi	2.602	.012	Signifikan
Kepercayaan	2.119	.039	Signifikan
Nilai Nasabah	2.636	.011	Signifikan

Sumber: Data primer diolah pada 18 November 2019

- a. Pada variabel persepsi menunjukkan bahwa nilai signifikansinya sebesar 0.012 lebih kecil dari 0.05, maka persepsi berpengaruh signifikan terhadap perilaku *word of mouth*, sehingga dapat dikatakan bahwa hipotesis pertama diterima.
- b. Pada variabel kepercayaan menunjukkan bahwa nilai signifikansinya sebesar 0.039 lebih kecil dari 0.05, maka kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap perilaku *word of mouth*, sehingga dapat dikatakan bahwa hipotesis kedua diterima.
- c. Pada variabel nilai nasabah menunjukkan bahwa nilai signifikansinya sebesar 0.011 lebih kecil dari 0.05, maka nilai nasabah berpengaruh signifikan terhadap perilaku *word of mouth*, sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa hipotesis ketiga diterima.

2) Mahasiswa non Ekonomi Syariah

Tabel 4.20
Hasil Uji Parsial (Uji-t)

Model	T	Sig.	Keterangan
Constant	.715	.478	
Persepsi	2.373	.022	Signifikan
Kepercayaan	2.248	.029	Signifikan
Nilai Nasabah	3.060	.004	Signifikan

Sumber: Data primer diolah pada 18 November 2019

- a. Pada variabel persepsi menunjukkan bahwa nilai signifikansinya sebesar 0.022 lebih kecil dari 0.05, maka persepsi berpengaruh signifikan terhadap perilaku *word of mouth*, sehingga dapat dikatakan bahwa hipotesis pertama diterima.
- b. Pada variabel kepercayaan menunjukkan bahwa nilai signifikansinya sebesar 0.029 lebih kecil dari 0.05, maka kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap perilaku *word of mouth*, sehingga dapat dikatakan bahwa hipotesis kedua diterima.
- c. Pada variabel nilai nasabah menunjukkan bahwa nilai signifikansinya sebesar 0.004 lebih kecil dari 0.05, maka nilai nasabah berpengaruh signifikan terhadap perilaku *word of mouth*, sehingga dapat dikatakan bahwa hipotesis ketiga diterima.

2. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur ketepatan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. R^2 dikatakan sempurna jika persentase sumbangan pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen sama dengan 1. Namun sebaliknya jika R^2 sama dengan 0, maka tidak ada sedikitpun persentase sumbangan pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen.

- 1) Mahasiswa yang mempelajari Ekonomi Syariah

Tabel 4.21
Hasil Uji Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.832 ^a	.692	.672	1.523

Sumber : Data primer diolah pada 18 November 2019

Dalam tabel di atas menunjukkan bahwa nilai R square menunjukkan nilai 0.692 yang berarti variabel independen dalam penelitian ini berpengaruh sebesar 69.2% terhadap perilaku *word of mouth* mahasiswa yang mempelajari Ekonomi Syariah sehingga terdapat variabel independen lain sebesar 30.8% yang tidak terdapat dalam model penelitian ini.

- 2) Mahasiswa non Ekonomi Syariah

Tabel 4.22
Hasil Uji Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.689 ^a	.474	.440	1.653

Sumber : Data primer diolah pada 18 November 2019

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa nilai Adjusted R square menunjukkan nilai 0.474 yang berarti variabel independen dalam penelitian ini berpengaruh sebesar 47.4% terhadap perilaku *word of mouth* dari mahasiswa non Ekonomi Syariah sehingga terdapat variabel independen lain sebesar 52.6% yang tidak terdapat dalam model penelitian ini.

3. Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan (uji F) bermanfaat untuk menunjukkan apakah seluruh variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersamaan terhadap variabel dependen. Uji F dilakukan dengan melihat signifikansi F pada output hasil regresi dengan level signifikansi 5%, jika nilai signifikansi lebih kecil dari 5% maka hipotesis diterima. Artinya secara serentak variabel-variabel independen mempunyai pengaruh secara serentak terhadap variabel dependen.

- 1) Mahasiswa yang mempelajari Ekonomi Syariah

Tabel 4.23
Hasil Uji Simultan (Uji F)

Variabel Independen	F hitung	Sig F
Persepsi	34.464	.000 ^b
Kepercayaan		
Nilai Nasabah		

Sumber : Data primer diolah pada 18 November 2019

Dari table diatas diketahui bahwa nilai sig F sebesar 0.000 $\leq 0,05$, yang berarti bahwa seluruh variabel bebasnya secara bersama-sama dapat menjelaskan variabel terikat.

2) Mahasiswa non Ekonomi Syariah

Tabel 4.24
Hasil Uji Simultan (Uji F)

Variabel Independen	F hitung	Sig F
Persepsi Kepercayaan Nilai Nasabah	13.838	.000 ^b

Sumber : Data primer diolah pada 18 November 2019

Dari table diatas diketahui bahwa nilai sig F sebesar 0.000 $\leq 0,05$, yang berarti bahwa seluruh variabel bebasnya secara bersama-sama dapat menjelaskan variabel terikat.

F. Hasil Pembahasan

1. Pengaruh Persepsi Terhadap Perilaku Word of Mouth Tentang Bank Syariah

Hasil uji parsial (uji-t) dapat diketahui bahwa nilai signifikansi pada mahasiswa yang mempelajari Ekonomi Syariah yaitu 0.012 lebih kecil dari 0.05 dan nilai signifikansi pada mahasiswa non Ekonomi Syariah yaitu 0.022 lebih kecil dari 0.05. Dari hasil penelitian diatas menjelaskan tentang persepsi mahasiswa yang mempelajari Ekonomi Syariah dan mahasiswa non Ekonomi Syariah Universitas Muhammadiyah Yogyakarta berpengaruh signifikan terhadap perilaku *word of mouth* tentang Bank Syariah. Dengan hasil yang signifikan

maka mahasiswa aktif yang mempelajari Ekonomi Syariah maupun mahasiswa non Ekonomi Syariah Universitas Muhammadiyah Yogyakarta memiliki persepsi yang baik terhadap Bank Syariah. Semakin baik persepsi tentang Bank Syariah yang dimiliki oleh mahasiswa yang mempelajari Ekonomi Syariah dan mahasiswa non Ekonomi Syariah Universitas Muhammadiyah Yogyakarta maka akan memberikan dampak yang signifikan terhadap perilaku *word of mouth* tentang Bank Syariah.

Seorang mahasiswa sebelum melakukan *word of mouth* tentang Bank Syariah biasanya mereka sudah terlebih dahulu mengetahui tentang segala informasi yang berkaitan tentang Bank Syariah, informasi tersebut bisa berasal dari informasi yang didapat dalam proses pembelajaran, informasi dari orang sekitar, ataupun pengalaman dalam menggunakan produk-produk bank syariah. Seseorang akan menafsirkan kesan-kesan yang mereka dapat dari indera mereka, dan kemudian akan memaknai terhadap objek maupun lingkungan yang dirasakan melalui indera mereka (Robbins, 2001). Semakin banyak informasi yang didapat mahasiswa tentang Bank Syariah maka akan menentukan persepsi mahasiswa tersebut terhadap Bank Syariah.

Demikian pula hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan mahasiswa yang mempelajari Ekonomi Syariah maupun mahasiswa non Ekonomi Syariah Universitas Muhammadiyah Yogyakarta menyatakan bahwa produk-produk, prinsip-prinsip bank

syariah sudah sesuai dengan ketentuan Islam. Hal tersebut juga disampaikan oleh mahasiswa yang mempelajari Ekonomi Syariah pada hari selasa tanggal 19 November 2019.

“ Saya mendapatkan banyak informasi tentang perbankan syariah, informasi tersebut saya dapat dari pembelajaran di kelas, orang-orang disekitar saya, dari informasi-informasi tersebut mempengaruhi saya untuk beralih ke Bank Syariah. Setelah saya menggunakan Bank Syariah menurut saya Bank Syariah itu sangat bagus, kegiatan atau operasionalnya sudah sesuai dengan syariat Islam, banyak keuntungan yang didapat oleh nasabahnya sehingga orientasi bisnisnya selain untuk mencari kemakmuran dunia juga untuk mencari kemakmuran di akhirat. Hal tersebut tanpa sadar sering menjadi bahan pembicaraan saya dengan orang-orang disekitar saya”.

Selain itu juga disampaikan oleh mahasiswa non Ekonomi Syariah pada hari selasa tanggal 19 November 2019.

“ Meskipun saya tidak mempelajari tentang perbankan syariah, namun saya juga diajari cara bertransaksi yang sesuai dengan syariat Islam. Menurut saya operasional Bank Syariah sudah sesuai dengan syariat Islam, hal tersebut juga sering menjadi bahan pembicaraan dengan teman-teman saya bahwasannya Bank Syariah memiliki pembeda dengan Bank Konvensional, dimana Bank Syariah menjalankan operasionalnya sesuai dengan syariah Islam, menerapkan prinsip halal dan terhindar dari riba”.

Dimana dari pandangan mahasiswa yang mempelajari Ekonomi Syariah maupun Mahasiswa yang non Ekonomi Syariah atau sosial tidak ada yang meragukan bahwa dalam operasionalnya Bank Syariah sudah sesuai dengan syariah Islam yaitu menerapkan prinsip halal dan orientasi bisnsisnya selain untuk mencari kemakmuran didunia juga untuk mencari kemakmuran diakhirat, sehingga menciptakan pemikiran yang positif dikalangan mahasiswa tentang Bank Syariah

dan menimbulkan cerita yang positif pula dengan orang-orang disekitar mereka.

Jadi dapat disimpulkan bahwa adanya perilaku *word of mouth* positif dikalangan mahasiswa yang mempelajari Ekonomi Syariah maupun mahasiswa non Ekonomi Syariah didorong oleh persepsi yang positif pula terhadap Bank syariah. Persepsi positif tersebut disebabkan oleh adanya pengalaman serta informasi-informasi yang diterima dari orang-orang dilingkungan mahasiswa yang mempelajari Ekonomi Syariah dan mahasiswa non Ekonomi Syariah Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, seperti teman, keluarga, dan dosen, sehingga informasi apa yang mereka terima juga mereka sampaikan ke orang-orang disekitar mereka. Semakin positif persepsi mahasiswa yang mempelajari Ekonomi Syariah dan mahasiswa non Ekonomi Syariah Universitas Muhammadiyah Yogyakarta tentang Bank Syariah maka semakin positif pula informasi tentang Bank Syariah yang mereka sampaikan kepada orang-orang disekitar mereka.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Ms, Surur dan Marlina, (2015) yang menyatakan bahwa semakin positif persepsi seseorang maka semakin berpengaruh terhadap perilaku *word of mouth* yang positif pula.

2. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Perilaku Word of Mouth

Tentang Bank Syariah

Hasil uji parsial (uji-t) dapat diketahui bahwa nilai signifikansi pada mahasiswa yang mempelajari Ekonomi Syariah yaitu 0.039 lebih kecil dari 0.05 dan nilai signifikansi pada mahasiswa non Ekonomi Syariah yaitu 0.029 lebih kecil dari 0.05. Dari hasil penelitian diatas menjelaskan tentang kepercayaan mahasiswa yang mempelajari Ekonomi Syariah maupun mahasiswa non Ekonomi Syariah Universitas Muhammadiyah Yogyakarta berpengaruh signifikan terhadap perilaku *word of mouth* tentang Bank Syariah. Dengan hasil yang signifikan maka mahasiswa aktif yang mempelajari Ekonomi Syariah maupun mahasiswa non Ekonomi Syariah Universitas Muhammadiyah Yogyakarta memiliki kepercayaan yang tinggi terhadap Bank Syariah. Semakin tinggi kepercayaan tentang Bank Syariah yang dimiliki oleh mahasiswa yang mempelajari Ekonomi Syariah maupun mahasiswa non Ekonomi Syariah Universitas Muhammadiyah Yogyakarta maka semakin berpengaruh terhadap perilaku *word of mouth* positif tentang Bank Syariah.

Menurut Mowen dan Minor (2002), kepercayaan merupakan suatu hal menyeluruh mengenai pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen dan keseluruhan kesimpulan yang dibuat oleh konsumen tentang objek, atribut, dan manfaatnya. Objek dapat berupa produk, orang, perusahaan, dan segala sesuatu dimana seseorang memiliki

kepercayaan dan sikap. Kepercayaan merupakan suatu hal yang paling utama untuk menentukan suatu hubungan, selain itu kepercayaan muncul karena adanya keyakinan atas kehandalan mitran dan integritas.

Demikian pula hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan mahasiswa yang mempelajari Ekonomi Syariah maupun mahasiswa non Ekonomi Syariah Universitas Muhammadiyah Yogyakarta menyatakan bahwa mereka percaya bahwa Bank Syariah akan selalu memberikan hal yang terbaik bagi konsumennya, hal tersebut terlihat semakin lama semakin banyak masyarakat yang menggunakan Bank Syariah. Hal tersebut juga disampaikan oleh mahasiswa yang mempelajari Ekonomi Syariah pada hari Selasa tanggal 19 November 2019.

“Saya percaya bahwa Bank Syariah akan selalu memberikan pelayanan yang terbaik bagi nasabahnya, akan semakin meningkatkan pula performanya, sehingga tanpa sadar membuat saya membicarakan tentang Bank Syariah dan merekomendasikan dengan orang-orang disekitar saya”.

Selain itu juga disampaikan oleh mahasiswa non Ekonomi Syariah pada hari Senin tanggal 19 November 2019.

“Jika dilihat sekarang ini Bank Syariah sudah mulai ramai, sudah banyak nasabah yang menggunakan Bank Syariah. Saya percaya bahwa Bank Syariah akan selalu memberikan pelayanan yang terbaik bagi nasabahnya. Sehingga tanpa sadar saya membuat saya membicarakan tentang Bank Syariah dengan orang disekitar saya”.

Jadi dari hasil penelitian menjelaskan bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap perilaku *word of mouth* dikalangan mahasiswa

yang mempelajari Ekonomi Syariah maupun mahasiswa non Ekonomi Syariah. Mereka percaya bahwa Bank Syariah akan selalu memberikan pelayanan yang terbaik bagi konsumennya, hal tersebut terbukti sekarang ini sudah mulai ramai masyarakat yang menggunakan Bank Syariah, Sehingga dengan adanya kepercayaan mahasiswa tentang Bank Syariah menimbulkan cerita serta rekomendasi yang positif tentang Bank Syariah dengan orang-orang disekitar mereka

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rizanata (2014) yang menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap perilaku *word of mouth*.

3. Pengaruh Nilai Nasabah Terhadap Perilaku Word of Mouth Tentang Bank Syariah

Hasil uji parsial (uji-t) dapat diketahui bahwa nilai signifikansi pada mahasiswa yang mempelajari Ekonomi Syariah yaitu 0.011 lebih kecil dari 0.05 dan nilai signifikansi pada mahasiswa non Ekonomi Syariah yaitu 0.004 lebih kecil dari 0.05. Dari hasil penelitian diatas menjelaskan bahwa nilai nasabah dari mahasiswa yang mempelajari Ekonomi Syariah dan mahasiswa non Ekonomi Syariah Universitas Muhammadiyah Yogyakarta berpengaruh signifikan terhadap perilaku *word of mouth* tentang Bank Syariah. Dengan hasil yang signifikan maka mahasiswa aktif yang mempelajari Ekonomi Syariah maupun mahasiswa non Ekonomi Syariah Universitas Muhammadiyah Yogyakarta merasakan nilai yang tinggi terhadap Bank Syariah.

Semakin tinggi nilai yang dirasakan oleh mahasiswa yang mempelajari Ekonomi Syariah maupun mahasiswa non Ekonomi Syariah Universitas Muhammadiyah Yogyakarta maka semakin tinggi pula perilaku *word of mouth* tentang Bank Syariah.

Nilai merupakan suatu proses dalam menyampaikan semua unsur nilai (kualitas produk dan kualitas pelayanan) yang dilakukan secara efisien, tepat dan mengagumkan sehingga suatu perusahaan memungkinkan untuk memberi rantai nilai kepada konsumen atau pelanggan dengan andal, tepat, dan juga efisien (Hasan, 2010). Menurut (Mahadin & Akroush, 2019) nilai nasabah berpengaruh terhadap tindakan, dimana hal tersebut mencerminkan tindakan nasabah setelah menilai hasil dari keyakinan nasabah. Semakin tinggi nilai yang dirasakan maka semakin berpengaruh terhadap perilaku *word of mouth* yang positif. Begitupun semakin rendah nilai yang dirasakan maka semakin berpengaruh terhadap perilaku *word of mouth* yang negatif.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel nilai nasabah berpengaruh signifikan terhadap perilaku *word of mouth* tentang Bank Syariah, artinya bahwa nilai yang diharapkan mahasiswa yang mempelajari Ekonomi Syariah maupun mahasiswa non Ekonomi Syariah telah memenuhi harapan mereka, sehingga memberikan kontribusi positif terhadap perilaku *word of mouth* tentang Bank Syariah. Demikian pula hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti

dengan mahasiswa yang mempelajari Ekonomi Syariah maupun mahasiswa non Ekonomi Syariah Universitas Muhammadiyah Yogyakarta menyatakan bahwa mereka senang menggunakan Bank Syariah, pelayanannya cepat, petugasnya ramah-ramah. Hal tersebut juga disampaikan oleh mahasiswa yang mempelajari Ekonomi Syariah pada hari selasa tanggal 19 November 2019.

“Selama ini saya senang menggunakan produk maupun jasa dari Bank Syariah. Manfaat yang saya terima dalam menggunakan Bank Syariah sesuai dengan harapan saya. Apa yang saya rasakan dalam menggunakan produk maupun jasa perbankan membuat saya menceritakan apa yang saya rasakan kepada orang disekitar saya”.

Selain itu juga disampaikan oleh mahasiswa non Ekonomi Syariah pada hari senin tanggal 19 November 2019.

“Menurut saya pelayanan di Bank Syariah cepat, petugasnya ramah-ramah, murah senyum, pasti mengucapkan salam, sehingga memberikan kesan tersendiri bagi bagi saya. Sehingga apa yang saya rasakan mendorong saya untuk meceritakan hal tersebut kepada orang disekitar saya”.

Jadi dari hasil penelitian mejelaskan bahwa nilai nasabah berpengaruh signifikan terhadap perilaku *word of mouth* dikalangan mahasiswa yang mempelajari Ekonomi Syariah maupun mahasiswa non Ekonomi Syariah. Hasil penelitian ini juga membuktikan bahwa nilai yang mereka rasakan mampu memenuhi harapan mereka, seperti perasaan senang saat menggunakan produk maupun jasa Perbankan Syariah, keyakinan bahwa akan terus meningkatkan kualitas layanan yang sesuai dengan harapan mereka, sehingga apa yang mereka

rasakan mendorong mereka untuk menceritakan hal-hal tersebut kepada orang disekitar mereka.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Mahadin & Akroush, 2019) yang menyatakan bahwa nilai yang dirasakan berpengaruh signifikan terhadap perilaku *word of mouth*.