

## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum Masyarakat Muhammadiyah di Yogyakarta**

##### **1. Sejarah Muhammadiyah di Yogyakarta**

Muhammadiyah ialah gerakan Islam, Dakwah Amar Makruf Nahi Munkar, berdasar Islam dan bersumber pada Al-Quran dan Sunnah, didirikan di Kampung Kauman Yogyakarta, pada tanggal 8 Dzulhijjah 1330 H/18 Nopember 1912 oleh seorang yang bernama Muhammad Darwis, kemudian dikenal dengan KHA Dahlan (Musthafa dan Ahmad, 2000:70-71). Beliau adalah pegawai kesultanan Kraton Yogyakarta sebagai seorang Khatib dan sebagai pedagang. Melihat keadaan umat Islam pada waktu itu dalam keadaan penuh dengan amalan-amalan yang bersifat mistik, beliau tergerak hatinya untuk mengajak mereka kembali kepada ajaran Islam yang sebenarnya berdasarkan Qur`an dan Hadist. Oleh karena itu beliau memberikan pengertian keagamaan dirumahnya ditengah kesibukannya sebagai Khatib dan para pedagang.

Mula-mula ajaran ini ditolak, namun berkat ketekunan dan kesabarannya, akhirnya mendapat sambutan dari keluarga dan teman dekatnya. Profesinya sebagai pedagang sangat mendukung ajakan beliau, sehingga dalam waktu singkat ajakannya menyebar ke luar kampung Kauman bahkan sampai ke luar daerah dan ke luar pulau Jawa.

Perkembangan Muhammadiyah yang semakin pesat dan meluas tidak hanya di lokal Yogyakarta namun menyebar ke seluruh Indonesia sehingga terbentuklah jenjang organisasi tingkat Muhammadiyah Daerah (dulu disebut Muhammadiyah Cabang) di provinsi, kabupaten, kota, karesidenan, kecamatan, bahkan kelurahan di seluruh Indonesia termasuk di Kota Yogyakarta. Pada tahun 1965 Muhammadiyah dikembangkan dengan berdirinya Daerah di Karesidenan dan Pimpinan Muhammadiyah Wilayah di tingkat Propinsi dan tahun 1968 resmi adanya Pimpinan Muhammadiyah Wilayah, Pimpinan Daerah dan Pimpinan Cabang dan yang terbawah Pimpinan Ranting.

## **2. Visi dan Misi Muhammadiyah**

### **a. Visi**

Muhammadiyah sebagai gerakan Islam yang berlandaskan Al-Qur'an dan As-Sunnah dengan watak tajdid yang dimilikinya senantiasa istiqomah dan aktif dalam melaksanakan dakwah Islam amar ma'ruf nahi munkar di semua bidang dalam upaya mewujudkan Islam sebagai rahmatan lil'alamin menuju terciptanya/terwujudnya masyarakat Islam yang sebenar-benarnya.

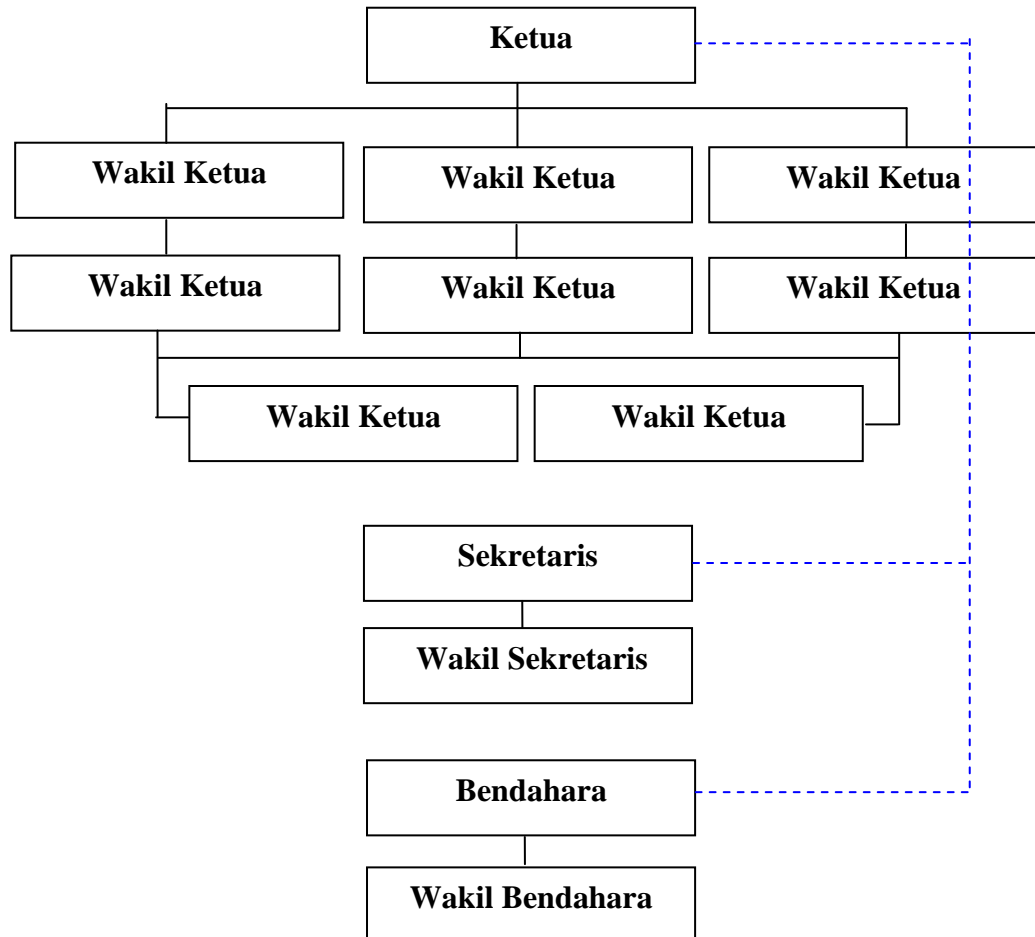
### **b. Misi**

Muhammadiyah sebagai gerakan Islam, dakwah amar ma'ruf nahi munkar memiliki misi :

1. Menegakkan keyakinan tauhid yang murni sesuai dengan ajaran Allah SWT yang dibawa oleh para Rasul sejak Nabi Adam as. hingga Nabi Muhammad saw.
2. Memahami agama dengan menggunakan akal fikiran sesuai dengan jiwa ajaran Islam untuk menjawab dan menyelesaikan persoalan-persoalan kehidupan.
3. Menyebar luaskan ajaran Islam yang bersumber pada Al-Qur'an sebagai kitab Allah terakhir dan Sunnah Rasul untuk pedoman hidup umat manusia.
4. Mewujudkan amalan-amalan Islam dalam kehidupan pribadi, keluarga dan masyarakat.

### 3. Struktur Organisasi Muhammadiyah

#### Struktur Organisasi Ketua Umum Harian PDM (Pimpinan Daerah Muhammadiyah) di Yogyakarta



#### B. Analisa Profil Responden

Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan metode penyebaran kuesioner di PDM (Pimpinan Daerah Muhammadiyah) yang ada di Yogyakarta, setiap PDM memiliki 13 ketua umum harian dan 5 karyawan. Dimana kuesioner yang disebarakan berjumlah 18 kuesioner di setiap PDM, dari keseluruhan PDM maka jumlah kuesioner yang disebarakan sebanyak 90 kuesioner. Kuesioner disebarakan langsung oleh peneliti kepada responden, kemudian kuesioner yang sudah ter-isi dengan

lengkap oleh responden akan diambil kembali peneliti sebagai hasil dari penelitian. Berikut ini disajikan karakteristik data responden yang diklasifikasikan menurut umur, jenis kelamin, pendidikan terakhir dan pengetahuan umum mengenai (Fatwa Muhammadiyah Nomor 8 tahun 2006, responden menjadi nasabah Bank Syariah dan memiliki rekening Bank Syariah).

### 1. Umur Responden

**Tabel 4.1**  
**Distribusi Responden Berdasarkan Umur**

No	Umur Responden	Jumlah	Persentase
1	<20 Tahun	0	0%
2	20-29 Tahun	22	24%
3	30-39 Tahun	38	42%
4	>40 Tahun	30	33%
JUMLAH		90	100%

*Sumber data : data primer yang diolah*

Berdasarkan keterangan pada tabel diatas, menunjukkan bahwa dari 90 responden yang memiliki usia < 20 tahun dengan persentase sebesar 0% (tidak ada yang berusia dibawah 20 tahun), usia antara 20-29 tahun dengan persentase sebesar 24% yaitu sebanyak 22 orang, usia 30-39 tahun dengan persentase sebesar 42% yaitu sebanyak 38 orang dan > 40 tahun dengan persentase sebesar 33% sebanyak 30 orang responden.

## 2. Jenis Kelamin

**Tabel 4.2**

**Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Laki-laki	67	74%
2	Perempuan	23	26%
JUMLAH		90	100%

*Sumber data : data primer yang diolah*

Berdasarkan keterangan pada tabel diatas, dapat diketahui bahwa dari total 90 orang yang dijadikan sebagai responden, sebanyak 67 orang berjenis kelamin laki-laki dengan persentase sebesar 74% dan 23 orang berjenis kelamin perempuan dengan persentase 26%. Hal ini menunjukkan bahwa responden didominasi oleh laki-laki.

## 3. Pendidikan Terakhir

**Tabel 4.3**

**Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir**

No	Pendidikan Terakhir	Jumlah	Persentase
1	SMA	11	12%
2	Diploma/ DIII	1	1%
3	S1	57	63%
4	S2	20	22%
5	Lainnya	1	1%
Jumlah		90	100%

*Sumber data : data primer yang diolah*

Berdasarkan keterangan pada tabel diatas, dapat diketahui bahwa mayoritas pendidikan terakhir responden yaitu S1 yang menunjukkan persentase sebesar 63% yaitu sebanyak 57 orang, disusul dengan responden S2 yang menunjukkan persentase sebesar 22% yaitu sebanyak 20 orang, responden yang berpendidikan SMA menunjukkan persentase sebesar 12% yaitu sebanyak 11 orang, responden yang berpendidikan Diploma/DIII sebanyak 1% dengan jumlah 1 orang dan responden yang berpendidikan lainnya 1% dengan jumlah 1 orang.

#### 4. Pengetahuan Umum

- a. Pengetahuan tentang Fatwa Majelis Tarjih dan Tajdid Pimpinan Pusat Muhammadiyah Nomor 8 Tahun 2006 :

**Tabel 4.4**

**Distribusi Responden Berdasarkan Pengetahuan tentang Fatwa Muhammadiyah Nomor 8 Tahun 2006**

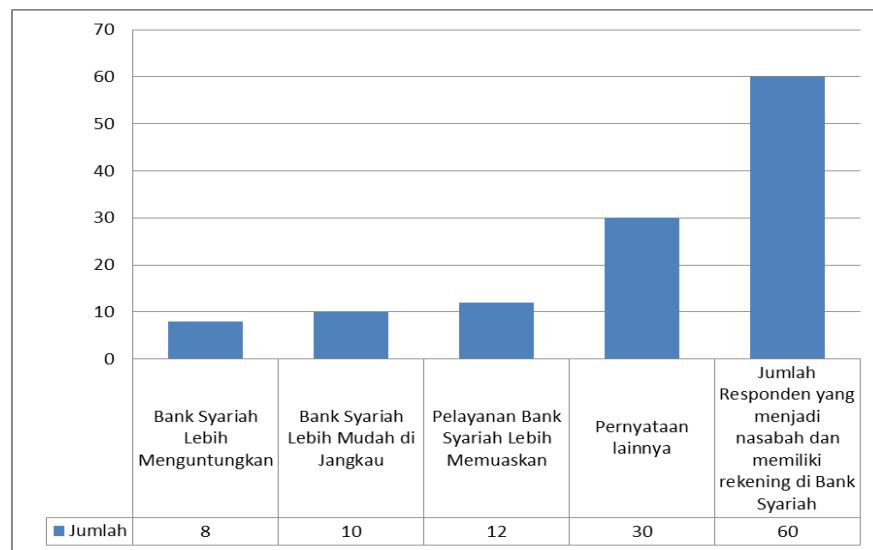
<b>Pernyataan</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>
Mengetahui	53	59%
Tidak Mengetahui	37	41%
Jumlah	90	100%

*Sumber data : data primer yang diolah*

Berdasarkan keterangan pada tabel diatas, dapat diketahui bahwa mayoritas responden mengetahui tentang Fatwa Muhammadiyah Nomor 8 Tahun 2006 dibuktikan dengan pernyataan “Ya” menunjukkan persentase sebesar 59% yaitu sebesar 53 orang dan pernyataan “Tidak” menunjukkan persentase sebesar 41% yaitu sebesar 37 orang responden.

- b. Responden menjadi nasabah Bank Syariah dan memiliki rekening di Bank Syariah :

**Grafik 4.1**  
**Responden yang telah menjadi nasabah Bank Syariah dan memiliki rekening di Bank Syariah**

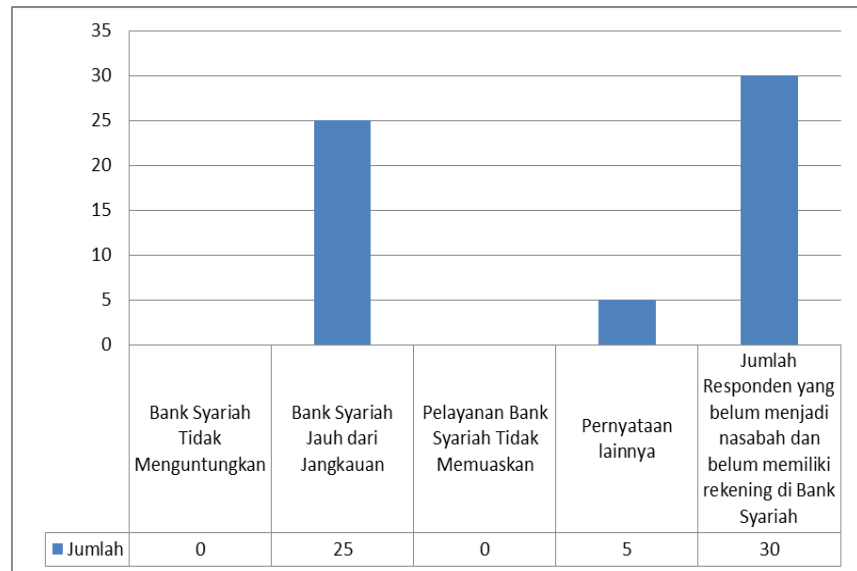


*Sumber data : data primer yang diolah*

Berdasarkan grafik 4.1 diatas responden yang telah menjadi nasabah Bank Syariah dan memiliki rekening di Bank Syariah, ada 60 responden dengan alasan :

- a) Bank Syariah lebih menguntungkan ada 8 responden
- b) Bank Syariah lebih mudah di jangkau ada 10 responden
- c) Pelayanan Bank Syariah lebih memuaskan ada 12 responden
- d) Lainnya : Lebih sesuai syariat islam, perintah agama, hati lebih tenang, jauh dari riba, mengikuti fatwa dan lebih mudah, jumlah ada 30 responden.



**Grafik 4.2****Responden yang belum menjadi nasabah Bank Syariah dan belum memiliki rekening di Bank Syariah**

*Sumber data : data primer yang diolah*

Berdasarkan grafik 4.2 diatas responden yang belum menjadi nasabah Bank Syariah dan belum memiliki rekening di Bank Syariah, ada 30 responden dengan alasan :

- a) Bank Syariah tidak menguntungkan ada 0 (nol) responden
- b) Bank Syariah jauh dari jangkauan ada 25 responden
- c) Pelayanan Bank Syariah tidak memuaskan ada 0 (nol) responden
- d) Lainnya : Belum menggunakan Bank Syariah, Sudah mempunyai simpanan di bank lain (Bank Konvensional), belum mengerti tentang Bank Syariah, Belum memungkinkan, jumlah ada 5 responden.

## C. Uji Kualitas Data

### 1. Uji Validitas

Dalam penelitian ini, uji validitas menggunakan cara uji signifikansi dengan membandingkan nilai  $r$  hitung dengan  $r$  table untuk *deggre of freedom* ( $df$ ) =  $n-2$ , sedangkan  $n$  adalah jumlah sample. Jumlah sample pada penelitian ini ( $n$ ) = 90 dan besarnya  $df$  dapat dihitung  $90-2 = 88$  yang berarti nilai  $df$  adalah 88 dan  $\alpha = 0,05$ . Dengan melihat tabel  $t$  dan  $r$  *product moment* dengan signifikansi 5%, maka di dapat  $r$  table = 0,207 dengan uji dua sisi. Setelah dilakukan uji validitas dengan menggunakan SPSS, maka dari seluruh pernyataan kuesioner tersebut diperoleh nilai nilai sebagai berikut :

**Tabel 4.5**  
**Uji Validitas**

No	Variabel	Indikator	N	Nilai Koefisien Correlation	Validitas
1.	Religiusitas	P1	90	0,375	Valid
		P2	90	0,211	Valid
		P3	90	0,362	Valid
		P4	90	0,332	Valid
		P5	90	0,503	Valid
		P6	90	0,403	Valid
		P7	90	0,391	Valid
		P8	90	0,417	Valid
		P9	90	0,398	Valid

		<b>P10</b>	<b>90</b>	<b>0,626</b>	<b>Valid</b>
		<b>P11</b>	<b>90</b>	<b>0,622</b>	<b>Valid</b>
		<b>P12</b>	<b>90</b>	<b>0,600</b>	<b>Valid</b>
		<b>P13</b>	<b>90</b>	<b>0,419</b>	<b>Valid</b>
		<b>P14</b>	<b>90</b>	<b>0,395</b>	<b>Valid</b>
		<b>P15</b>	<b>90</b>	<b>0,593</b>	<b>Valid</b>
		<b>P16</b>	<b>90</b>	<b>0,643</b>	<b>Valid</b>
		<b>P17</b>	<b>90</b>	<b>0,680</b>	<b>Valid</b>
		<b>P18</b>	<b>90</b>	<b>0,650</b>	<b>Valid</b>
		<b>P19</b>	<b>90</b>	<b>0,652</b>	<b>Valid</b>
		<b>P20</b>	<b>90</b>	<b>0,491</b>	<b>Valid</b>
		<b>P21</b>	<b>90</b>	<b>0,551</b>	<b>Valid</b>
		<b>P22</b>	<b>90</b>	<b>0,638</b>	<b>Valid</b>
		<b>P23</b>	<b>90</b>	<b>0,506</b>	<b>Valid</b>
		<b>P24</b>	<b>90</b>	<b>0,680</b>	<b>Valid</b>
<b>2.</b>	<b>Lokasi</b>	<b>P1</b>	<b>90</b>	<b>0,609</b>	<b>Valid</b>
		<b>P2</b>	<b>90</b>	<b>0,608</b>	<b>Valid</b>
		<b>P3</b>	<b>90</b>	<b>0,678</b>	<b>Valid</b>
		<b>P4</b>	<b>90</b>	<b>0,559</b>	<b>Valid</b>
		<b>P5</b>	<b>90</b>	<b>0,579</b>	<b>Valid</b>
		<b>P6</b>	<b>90</b>	<b>0,568</b>	<b>Valid</b>
<b>3.</b>	<b>Minat Masyarakat</b>	<b>P1</b>	<b>90</b>	<b>0,782</b>	<b>Valid</b>
		<b>P2</b>	<b>90</b>	<b>0,780</b>	<b>Valid</b>
		<b>P3</b>	<b>90</b>	<b>0,813</b>	<b>Valid</b>
		<b>P4</b>	<b>90</b>	<b>0,824</b>	<b>Valid</b>
		<b>P5</b>	<b>90</b>	<b>0,727</b>	<b>Valid</b>

		<b>P6</b>	<b>90</b>	<b>0,630</b>	<b>Valid</b>
		<b>P7</b>	<b>90</b>	<b>0,798</b>	<b>Valid</b>
		<b>P8</b>	<b>90</b>	<b>0,771</b>	<b>Valid</b>
		<b>P9</b>	<b>90</b>	<b>0,695</b>	<b>Valid</b>
		<b>P10</b>	<b>90</b>	<b>0,708</b>	<b>Valid</b>

*Sumber data : data primer yang diolah*

Berdasarkan tabel 4.5 diatas menunjukkan bahwa semua instrumen dalam variabel memiliki indeks nilai r lebih besar dari 0,207 ( $r \geq 0,207$ ). Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai masing-masing variabel *Religiusitas* sebesar (P1=0,375), (P2=0,211), (P3=0,362), (P4= 0,332), (P5=0,503), (P6=0,403), (P7=0,391), (P8 = 0,417), (P9 = 0,398), (P10=0,626), (P11=0,622), (P12=0,600), (P13=0,419), (P14=0,395), (P15=0,593), (P16=0,643), (P17=0,680), (P18=0,650), (P19=0,652), (P20=0,491), (P21=0,551), (P22=0,638), (P23=0,506), (P24=0,680) Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa setiap indikator pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel religiusitas dikatakan valid.

Berdasarkan tabel 4.5 diatas menunjukkan bahwa semua instrumen dalam variabel memiliki indeks nilai r lebih besar dari 0,207 ( $r \geq 0,207$ ). Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai masing-masing variabel *Lokasi* sebesar (P1=0,609), (P2=0,608), (P3=0,678), (P4= 0,559), (P5=0,579), (P6=0,568), Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa setiap indikator pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel lokasi dikatakan valid.

Berdasarkan tabel 4.5 diatas menunjukkan bahwa semua instrumen dalam variabel memiliki indeks nilai r lebih besar dari 0,207 ( $r \geq 0,207$ ). Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai masing-masing variabel *Minat Masyarakat* sebesar (P1=0,782), (P2=0,780), (P3=0,813), (P4=0,824), (P5=0,727), (P6=0,630), (P7=0,798), (P8 = 0,771), (P9 = 0,695), (P10=0,708), Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa setiap indikator pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel minat masyarakat dikatakan valid.

## 2. Uji Reliabilitas

Dari penelitian ini hasil uji reliabilitas yang diperoleh adalah sebagai berikut :

**Tabel 4.6**  
**Uji Reliabilitas Variabel**

No	Variabel	Cronbach Alpha ( $\alpha$ )	Status
1	Religiusitas	0,911	Reliabel
2	Lokasi	0,830	Reliabel
3	Minat Masyarakat	0,939	Reliabel

*Sumber data : data primer yang diolah*

Berdasarkan uji reliabilitas masing-masing variabel menunjukkan bahwa nilai Cronbach Alpha  $> 0,70$ . Ini menunjukkan bahwa seluruh variabel dalam kuesioner layak untuk dijadikan instrumen penelitian.

#### D. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah suatu analisis yang digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen dan terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini variabel independennya yaitu religiusitas (X1), lokasi (X2) terhadap variabel dependennya yaitu minat masyarakat (Y) menggunakan Bank Syariah pada masyarakat Muhammadiyah di Yogyakarta.

**Tabel 4.7**  
**Analisis Linier Berganda**

Model	Coefficients <sup>a</sup>				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	,432	8,653		,050	,960
Religiusitas	,359	,078	,442	4,585	,000
Lokasi	,041	,116	,034	,349	,728

a. Dependent Variable: Minat Masyarakat

Berdasarkan data hasil analisis dan persamaan regresi linier berganda di atas, dapat diketahui sebagai berikut :

- 1) Konstanta sebesar 0,432 itu berarti jika variabel independen (religiusitas dan lokasi) distribusi nilainya 0, maka variabel dependen (minat masyarakat) nilainya positif sebesar 0,432.
- 2) Berdasarkan hasil uji regresi diketahui bahwa nilai koefisien dari Variabel religiusitas adalah 0,442 yang artinya hasil analisis dari indikator religiusitas menunjukkan nilai positif sehingga dalam

pengaruhnya terhadap minat masyarakat bergerak kearah positif. Untuk mengetahui signifikansinya maka perlu dianalisis nilai signifikansi dari hasil uji regresi berganda tersebut. Jika nilai signifikansi  $> 0,05$  maka data tersebut tidak signifikan. Untuk hasil analisis religiusitas terlihat bahwa nilai signifikansi indikator adalah 0,000. Nilai tersebut tidak lebih besar dari standar signifikansi yakni 0,05 sehingga data tersebut signifikan.

- 3) Berdasarkan hasil uji regresi diketahui bahwa nilai koefisien dari Variabel lokasi adalah 0,034 yang artinya hasil analisis dari indikator lokasi menunjukkan nilai positif sehingga dalam pengaruhnya terhadap minat masyarakat bergerak kearah positif. Untuk mengetahui signifikansinya maka perlu dianalisis nilai signifikansi dari hasil uji regresi berganda tersebut. Jika nilai signifikansi  $> 0,05$  maka data tersebut tidak signifikan. Untuk hasil analisis lokasi terlihat bahwa nilai signifikansi indikator adalah 0,728. Nilai tersebut lebih besar dari standar signifikansi yakni 0,05 sehingga data tersebut tidak signifikan.

Dari hasil keseluruhan dapat dibuat suatu persamaan baru yakni sebagai berikut :

$$Y = 0,432 + 0,442X_1 + 0,034X_2 + e$$

## E. Uji Hipotesis

### 1. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

**Tabel 4.8**

#### Uji Koefisien Determinan

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,448 <sup>a</sup>	,200	,182	5,266

a. Predictors: (Constant), Lokasi, Religiusitas

Berdasarkan tabel 4.8 diatas yang menunjukkan nilai adjusted R square sebesar 0,182. Hal tersebut menjelaskan bahwa 18,2% variasi dari minat masyarakat menggunakan Bank Syariah dapat dijelaskan oleh variabel religiusitas dan lokasi. Sedangkan sisanya ( $100\% - 18,2\% = 81,8\%$ ) dijelaskan oleh faktor-faktor diluar model.

### 2. Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

**Tabel 4.9**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	604,448	2	302,224	10,899	,000 <sup>b</sup>
	Residual	2412,452	87	27,729		
	Total	3016,900	89			

a. Dependent Variable: Minat Masyarakat

b. Predictors: (Constant), Lokasi, Religiusitas

Berdasarkan hasil pengujian uji F maka di peroleh F hitung sebesar 10,899 dengan nilai probabilitas 0,000. Oleh karena nilai probabilitasnya  $0,000 < 0,05$  maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi Minat Masyarakat memilih Bank Syariah atau



dengan kata lain seluruh variabel independen bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

### 3. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)

Uji t digunakan untuk mengetahui pangaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Suatu variabel independen berpengaruh secara signifikan apabila memiliki nilai signifikansi kurang dari 0,05.

**Tabel 4.10**

#### Uji t

Model	Coefficients <sup>a</sup>				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	,432	8,653		,050	,960
Religiusitas	,359	,078	,442	4,585	,000
Lokasi	,041	,116	,034	,349	,728

a. Dependent Variable: Minat Masyarakat

Berdasarkan hasil uji t variabel independen yang terdiri dari religiusitas dan lokasi terhadap variabel dependen minat masyarakat memiliki pengaruh sebagai berikut :

a. Religiusitas berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat ( $H_01$ )

Berdasarkan hasil uji t pada tabel diatas menunjukkan bahwa Religiusitas menunjukkan nilai positif yakni 0,442 sehingga pergerakan pengaruhnya bersifat positif dan signifikansi indikator ini kurang dari nilai signifikansi 0,05 yaitu 0,000. Dari hasil uji tersebut dapat

disimpulkan bahwa hipotesis pertama ( $H_01$ ) yang menyatakan bahwa variabel Religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat Muhammadiyah di Yogyakarta menggunakan Bank Syariah **diterima**.

b. Lokasi berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat ( $H_02$ )

Berdasarkan hasil uji t pada tabel diatas menunjukkan bahwa Lokasi menunjukkan nilai positif yakni 0,034 sehingga pergerakan pengaruhnya bersifat positif namun signifikansi indikator ini lebih dari nilai signifikansi 0,05 yaitu 0,728. Dari hasil uji tersebut dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua ( $H_02$ ) yang menyatakan bahwa variabel lokasi tidak mempengaruhi minat masyarakat Muhammadiyah di Yogyakarta menggunakan Bank Syariah **ditolak**.

## F. Pembahasan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen antara religiusitas dan lokasi terhadap minat masyarakat Muhammadiyah di Yogyakarta menggunakan Bank Syariah. Berdasarkan pengujian serta analisis yang dilakukan, diperoleh hasil bahwa tidak semua variabel dalam penelitian ini berpengaruh terhadap minat masyarakat (Masyarakat Muhammadiyah di Yogyakarta) menggunakan Bank Syariah. Berikut adalah penjelasan masing-masing variabel :

1. Pengaruh religiusitas terhadap minat masyarakat (Masyarakat Muhammadiyah di Yogyakarta) menggunakan Bank Syariah.

Religiusitas adalah kepercayaan atau keyakinan yang dianut oleh seseorang dalam menjalankan ajaran agamanya. Religiusitas menurut Islam adalah tingkat beragama seseorang yang dilihat dari penghayatan aqidah, syariah dan akhlak seseorang. Secara garis besar religiusitas dalam agama Islam mencakup tiga hal, yaitu keyakinan (aqidah), norma atau hukum (syariah), dan perilaku (akhlak). Semakin tinggi tingkat religius masyarakat Muhammadiyah di Yogyakarta, berarti semakin tinggi juga mereka menjalankan ajaran Islam. Bukan hanya menjalankan perintah saja, namun juga menjauhi larangan-larangannya dalam Islam. Masyarakat Muhammadiyah di Yogyakarta yang memiliki tingkat religiusitas yang tinggi akan lebih memperhatikan fatwa-fatwa yang dikeluarkan oleh Muhammadiyah.

Secara teoritis hal tersebut sejalan dengan rumusan hipotesis yang disusun penulis, yakni religiusitas berpengaruh terhadap minat masyarakat Muhammadiyah menggunakan Bank Syariah. Berdasarkan hasil uji Hipotesis diatas diketahui bahwa hasil dari analisi data menunjukkan nilai sebagai berikut :

**Tabel 4.11**

### Hasil Analisis Regresi Variabel Religiusitas

Hasil	Nilai	Keterangan
Konstanta	0,442	Berpengaruh Positif
Signifikansi	0,000	Signifikan

*Sumber data : data primer yang diolah*

Berdasarkan data diatas, menunjukkan bahwa pengaruh variabel religiusitas berpengaruh positif terhadap minat masyarakat menggunakan Bank Syariah karena nilai konstanta variabel religiusitas bernilai positif dengan nilai 0,442. Sedangkan signifikansinya menunjukkan nilai yang kurang dari standar signifikansi (0,05) yakni sebesar 0,000 sehingga indikator ini dikatakan signifikan. Dari penjabaran di atas hipotesis pertama ( $H_01$ ) bisa diterima karena signifikansi dan pengaruhnya sesuai dengan hipotesis awal.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Desy (2015) yang berjudul “Pengaruh Pendapatan, Religiusitas dan Informasi Terhadap Intensi Menabung di Bank Syariah Pada Kalangan Santri Mahasiswa Pondok Pesantren Wahid Hasyim di Sleman” dan penelitian yang dilakukan oleh Abdul (2016) yang berjudul “Studi Analisis Religiusitas Mahasiswa FE UNY Yang Menabung di Bank Syariah”. Hasil penelitian Desy dan Abdul menunjukkan faktor religiusitas berpengaruh terhadap Intensi Menabung di Bank Syariah. Sehingga Masyarakat yang mempunyai tingkat religiusitas yang tinggi akan lebih memilih menggunakan Bank Syariah dari pada Bank

Konvensional. Demikian juga dengan Masyarakat Muhammadiyah di Yogyakarta.

2. Pengaruh lokasi terhadap minat masyarakat (Masyarakat Muhammadiyah di Yogyakarta) menggunakan Bank Syariah.

Lokasi bank adalah tempat dimana diperjualbelikannya produk cabang bank dan pusat pengembalian perbankan, ada beberapa macam lokasi kantor bank, yaitu kantor pusat, cabang utama, cabang pembantu, kantor kas, dan lokasi mesin-mesin Anjungan Tunai Mandiri (ATM). Bank yang terletak dalam lokasi yang strategis akan memudahkan nasabah atau masyarakat dalam menggunakan layanan perbankan (Kasmir, 2008:145).

Secara teoritis hal tersebut sejalan dengan rumusan hipotesis yang disusun penulis, yakni lokasi berpengaruh terhadap minat masyarakat Muhammadiyah menggunakan Bank Syariah. Berdasarkan hasil uji Hipotesis diatas diketahui bahwa hasil dari analisi data menunjukkan nilai sebagai berikut :

**Tabel 4.12**

**Hasil Analisis Regresi Variabel Lokasi**

<b>Hasil</b>	<b>Nilai</b>	<b>Keterangan</b>
<b>Konstanta</b>	0,034	Berpengaruh Positif
<b>Signifikansi</b>	0,728	Tidak Signifikan

*Sumber data : data primer yang diolah*

Berdasarkan data diatas, menunjukkan bahwa pengaruh variabel lokasi berpengaruh positif terhadap minat masyarakat menggunakan Bank Syariah karena nilai konstanta variabel religiusitas bernilai positif dengan nilai 0,034. Sedangkan signifikansinya menunjukkan nilai yang lebih dari standar signifikansi (0,05) yakni sebesar 0,728 sehingga indikator ini dikatakan tidak signifikan. Dari penjabaran di atas hipotesis kedua ( $H_02$ ) tidak bisa diterima karena signifikansi dan pengaruhnya tidak sesuai dengan hipotesis awal.

Pada variabel lokasi memang tidak berpengaruh terhadap minat masyarakat Muhammadiyah di Yogyakarta menggunakan Bank Syariah hal ini dikarenakan adanya faktor lain yang mempengaruhinya. Antara lain, menurut Kuesioner yang telah disebar kepada responden yaitu masyarakat Muhammadiyah di Yogyakarta tentang pengetahuan umum, masyarakat cenderung belum menggunakan Bank Syariah karena faktor lokasi Bank Syariah jauh dari jangkauan, ada 25 responden yang beralasan demikian. Jadi diduga hasil yang tidak signifikan dari pergerakan positif ini karena lokasi Bank Syariah jauh dari jangkauan misalnya jauh dari kawasan industri atau pabrik, jauh dengan perkantoran, jauh dengan pasar jauh dengan perumahan dan letaknya kurang strategis.

Ketidaksinifkansi ini bertolak belakang dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Widiastini (2014) yang berjudul “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Untuk Menabung pada

Bank Syariah, studi Kasus Pada Bank Syariah di Daerah Istimewa Yogyakarta” dan penelitian yang dilakukan oleh Wardani (2015) yang berjudul “Pengaruh Motivasi, Pengetahuan, Kualitas Pelayanan dan Lokasi Strategis Terhadap Minat Menabung di Perbankan Syariah (Studi Masyarakat di Pulau Lombok)”. Hasil penelitian Widiastini dan Wardani menunjukkan faktor lokasi berpengaruh terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah. Semakin dekat Lokasi Bank Syariah yang dapat dijangkau oleh masyarakat maka semakin banyak masyarakat menggunakan Bank Syariah untuk bertransaksi.