

PENGARUH RELIGIUSITAS, LOKASI, DAN SOSIAL TERHADAP MINAT MAHASISWA MEMILIH PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH (Studi pada Mahasiswa Strata 1 Manajemen Bisnis Syariah UIN Raden Mas Said Surakarta)

¹Farkhan Nur Romadhon, ²Sri Walyoto

Manajemen Bisnis Syariah UIN Raden Mas Said Surakarta

farhanace53@gmail.com, walyoto.sri@gmail.com

ABSTRACT:

The aim of this research is to examine the influence of Religiosity, Location and Social Affairs on Students' Interest in Choosing a Sharia Business Management Study Program (Study of Undergraduate Students in Sharia Business Management at UIN Raden Mas Said Surakarta). This research uses a population of students from Surakarta. The sample was selected using a non-probability sampling method, totaling 300 respondents by distributing questionnaires online using Google Form. The analysis technique used was multiple linear regression. The results research are that there is a positive influence on Location and Social Affairs on Interest in Choosing a Sharia Business Management Study Program (Study for Undergraduate Students in Sharia Business Management at UIN Raden Mas Said Surakarta) while Religiosity has no influence.

Keywords: *Religiosity, Location, Social, and Interests*

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh Religiusitas, Lokasi, dan Sosial Terhadap Minat Mahasiswa Memilih Program Studi Manajemen Bisnis Syariah (Studi Pada Mahasiswa Strata 1 Manajemen Bisnis Syariah UIN Raden Mas Said Surakarta). Penelitian ini menggunakan populasi pada mahasiswa surakarta. Sampel dipilih dengan menggunakan metode nonprobability sampling yang berjumlah 300 responden dengan menyebarkan kuisioner secara online menggunakan Google Form. Teknik analisis yang digunakan regresi linier berganda. Hasil yang didapat pada penelitian ini yaitu terdapat pengaruh positif pada Lokasi, dan Sosial terhadap Minat Memilih Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, sedangkan Religiusitas tidak berpengaruh.

Kata Kunci: *Religiusitas, Lokasi, Sosial, dan Minat*

I. PENDAHULUAN

Pendidikan memegang peranan yang sangat strategis dalam meningkatkan kualitas sumber daya manusia, mewujudkan cita-cita nasional, mencapai kesejahteraan umum, dan membentuk kehidupan warga negara. Menurut Pasal 13 ayat (1) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003, terdapat tiga jalur pendidikan, yaitu pendidikan nonformal, pendidikan formal, dan pendidikan nonformal (Darmadi, 2019). Dari ketiga jalur pendidikan tersebut, pendidikan formal merupakan pendidikan terstruktur dengan tahapan atau jenjang tertentu yang dilaksanakan di sekolah dengan syarat tertentu yang ditetapkan oleh pemerintah.

Dengan berkembangnya peradaban, pentingnya pendidikan yang baik dan berkualitas semakin disadari oleh berbagai kalangan. Melanjutkan studi di universitas ibarat investasi jangka panjang. Banyak hal yang terlibat sebelum suatu keputusan diambil, seperti pemakai penggagas, pihak-pihak yang berpengaruh, pengambil keputusan, faktor kepercayaan (Baharuddin, 2008). Dalam penyelenggaraannya, sistem pendidikan nasional diselenggarakan secara terpusat, dan tujuan pendidikan, materi dan metode pembelajaran, tenaga kependidikan, serta kebutuhan pendukungnya diatur oleh pemerintah pusat dan diterapkan di seluruh negeri (Munirah, 2015). Meskipun masyarakat

dikatakan berperan sebagai mitra pemerintah dalam penyelenggaraan pendidikan, namun pada kenyataannya hal tersebut tetap ditentukan oleh pemerintah.

Misalnya, pelajar di Indonesia tunduk pada pedoman ketat mengenai semester dan mata kuliah di universitas. Hal ini berbeda dengan universitas-universitas di Jerman yang mahasiswanya harus mengambil keputusan sendiri dan hal ini berarti mahasiswa Jerman mempunyai kebebasan yang lebih besar dalam menentukan masa depannya (Syaifullah, 2014). Dalam penelitian ini membahas terkait pengaruh religiusitas, lokasi, sosial terhadap minat memilih program studi yang sangat besar keterkaitannya dengan pendidikan di Indonesia. Peneliti (Hwang, 2017) dalam penelitiannya menyatakan Religiusitas berfungsi sebagai panduan untuk perilaku individu di masyarakat; Hal ini dapat dimasukkan untuk membangun identitas diri keagamaan, yang mempengaruhi perilaku individu.

Dari berbagai tinjauan pustaka diketahui bahwa minat dan ketertarikan merupakan faktor yang paling menentukan dalam kriteria pemilihan suatu program studi. Selain itu, keputusan pilihan masyarakat sering kali dibuat dengan sangat cepat, terkadang dalam waktu 30 menit, dan dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti kesukaan dan kepercayaan. Dengan mengetahui faktor-faktor tersebut universitas mengetahui apa yang perlu ditingkatkan dan diperbaiki agar lebih banyak mahasiswa yang tertarik masuk ke universitas tersebut.

Juga menjadi faktor untuk kuliah di UIN Raden Mas Said karena akreditasi jurusan MBS unggul menjadi daya tarik mahasiswa. Menurut M. Dalyono (2007) berhasil atau tidaknya seseorang dalam belajar disebabkan oleh beberapa faktor yang mempengaruhi pencapaian hasil belajar yaitu berasal dari dalam diri orang yang belajar (faktor internal) dan ada pula dari luar dirinya (faktor eksternal). Faktor internal meliputi kesehatan, intelegensi dan bakat, minat dan motivasi, serta cara belajar.

Sedangkan faktor eksternal meliputi lingkungan keluarga, lingkungan sekolah, lingkungan masyarakat dan lingkungan sekitar tempat tinggal. Cara belajar yang baik harus memperhatikan teknik-teknik belajar, waktu belajar, tempat, fasilitas, penggunaan media pengajaran dan penyesuaian bahan pelajaran. Oleh karena itu, cara belajar seseorang juga akan mempengaruhi pencapaian hasil belajarnya. Setiap individu itu unik dengan segala karakteristiknya masing-masing. Faktor internal seperti hereditas (bawaan lahir) dan faktor eksternal seperti lingkungan merupakan faktor-faktor yang berpengaruh terhadap perbedaan individu (individual differences).

Dalam pendidikan, faktor-faktor ini sangat berperan dan memiliki pengaruh terhadap perkembangan dan pertumbuhan peserta didik. Menurut Sarumaha dkk. (2018), dalam realitasnya, sangat mungkin salah satu dari kedua faktor tersebut lebih dominan pengaruhnya namun keduanya tetap berpengaruh. Hal ini karena setiap individu itu unik, tidak ada yang sama meskipun mereka dilahirkan kembar.

Lebih jauh lagi penelitian ini dapat digunakan universitas untuk menentukan keunggulan kompetitif yang ditawarkan pada calon mahasiswa baru. Lokasi UIN Raden Mas Said berada di Jalan Pandawa, Pucangan, Kartasura, Sukoharjo, Jawa Tengah berada tepat di area persawahan dan kompleks kopassus sehingga tidak berpotensi terjadi kemacetan lalu lintas dan kebisingan, gedung yang digunakan untuk ruangan pembelajaran cukup kondusif sehingga efektif dalam pembelajaran sehingga mempengaruhi minat para calon mahasiswa. Melalui pernyataan dalam kuesioner peneliti mengorek berbagai jawaban dari responden sehingga menjadi bahan pertimbangan dan data dalam penelitian ini. Pertimbangan biaya kuliah/ UKT menjadi penting karena biaya kuliah di UIN Raden Mas Said masih terjangkau.

II. KAJIAN LITERATUR

RELIGIUSITAS

Secara umum, individu dewasa muda dikatakan cenderung ‘kurang religius’ dibandingkan dengan individu dewasa yang lebih tua (Hood, Hill & Spilka, 2018). Hood et al (2018) mencatat bahwa bukti-bukti empiris menemukan orangtua sebagai agen sosialisasi yang paling berpengaruh bagi pembentukan religiusitas individu. Tren menurunnya religiusitas individu terjadi di negara-negara Eropa dan Amerika (Brauer, 2018). Pada penelitian diatas penulis tidak mendapatkan data mengenai tren religiusitas di Indonesia, khususnya pada individu dewasa muda di Indonesia. Dan berdasarkan temuan dari survei yang dilakukan oleh World Values Survey (Ingleheart, 2010) menunjukkan bahwa mayoritas individu di Indonesia (90%) menganggap Tuhan penting dalam kehidupan mereka.

Jika kita sandingkan data tersebut dengan fenomena bahwa penggunaan atribut agama dalam kehidupan sosial politik seperti misalnya judul-judul film dengan tema agamadan agama dalam kampanye politik, maka dapat diduga bahwa mungkin agama merupakan faktor yang signifikan bagi individu khususnya dewasa muda di Indonesia. Religiusitas bagi seorang dewasa muda merupakan bentukan dari pengaruh agen-agen signifikan di sekitar kehidupannya seperti: orangtua, teman sebaya, sekolah, dan tempat ibadah.

LOKASI

Konsep lokasi dimana bauran pemasaran barang merupakan gabungan antara tempat, saluran distribusi dan persediaan. Lokasi juga terkait dengan keputusan perusahaan atau lembaga mengenai di mana operasi dan sifat lokasi akan ditempatkan. Kotler and Armstrong (2006), defined place or distribution as a set of interdependent organizations involved in the process of making a product available for use or consumption by consumers. Terdapat tiga jenis interaksi yang mempengaruhi lokasi yaitu sebagai berikut:

1. Pelanggan mendatangi perusahaan, bila keadaannya seperti ini maka lokasi menjadi sangat penting. Perusahaan sebaiknya memilih tempat yang dekat dengan pelanggan sehingga mudah dijangkau.
2. Pemberi jasa mendatangi pelanggan, dalam hal ini lokasi tidak terlalu penting tapi yang harus diperhatikan adalah penyampaian jasa harus tetap berkualitas.
3. Pemberi jasa dan pelanggan tidak bertemu secara langsung, berarti service provider dan pelanggan berinteraksi melalui sarana tertentu, seperti telepon, komputer, dan surat.

Dalam hal ini lokasi menjadi sangat tidak penting selama komunikasi kedua belah pihak dan terlaksana. Lokasi dalam konsep pemasaran jasa pendidikan adalah tempat yang digunakan dalam perencanaan dan pelaksanaan program jasa pendidikan yang akan dirasakan oleh siswa/ mahasiswa. Dalam penelitian ini teori lokasi didukung penelitian Muhammad Aziz Khuluqi (2018) hasil penelitiannya yaitu Terdapat pengaruh signifikan antara lokasi pendidikan terhadap minat mahasiswa yaitu 30,7 persen.

Dari pendapat di atas, lokasi pendidikan dapat diartikan sebagai penyampaian suatu lembaga pendidikan yang digunakan dalam proses pembelajaran dan dapat dilihat dari tempat suatu lembaga pendidikan itu sendiri. Penentuan lokasi juga penting, lembaga pendidikan menjadi daya tarik tersendiri bagi para konsumen jasa pendidikan.

SOSIAL

Istilah “sosial” berasal dari kata Latin “Socius” yang berarti “teman” atau “masyarakat”. Masyarakat mempunyai arti umum, yaitu dalam arti sempit yang mengutamakan kepentingan bersama atau masyarakat (Salim, 2002). Dalam <https://www.seluncur.id> beberapa pakar sosial mengatakan bahwa:

1. Menurut Lewis Sosial adalah sesuatu yang dicapai, dihasilkan dan ditetapkan dalam interaksi sehari-hari antara warga negara dan pemerintahannya.
2. Menurut Keith Jacobs Sosial adalah sesuatu yang dibangun dan terjadi dalam sebuah situs komunitas.
3. Menurut Ruth Aylett Sosial adalah sesuatu yang dipahami sebagai sebuah perbedaan namun tetap inheren dan terintegrasi.
4. Menurut Paul Ernest Sosial lebih dari sekedar jumlah manusia secara individu karena mereka terlibat dalam berbagai kegiatan bersama.

Sosial mengandung pengertian suatu kumpulan dari individu-individu yang saling berinteraksi sehingga menumbuhkan perasaan bersama. (Aritrimaria, 2013). Pengertian sosial menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) adalah segala sesuatu yang berkenaan dengan masyarakat. Definisi sosial memang bisa diartikan secara luas. Secara umum, definisi sosial bisa diartikan sebagai sesuatu yang ada pada masyarakat atau sikap kemasyarakatan secara umum.

Temuan peneliti Lamb (2001) dalam Koesoemaningsih (2013) faktor sosial merupakan sekelompok orang yang sama-sama mempertimbangkan secara dekat persamaan di dalam status atau penghargaan komunitas yang secara terus-menerus bersosialisasi diantara mereka sendiri baik secara formal dan informal.

MINAT

Minat merupakan prasyarat bagi seseorang yang mempunyai pengaruh besar terhadap sikap dan belajar tentang suatu hal. Sirait (2016) menyebutkan bahwa salah satu faktor kesuksesan terpenting dalam bidang apa pun, baik itu studi, pekerjaan, hobi, atau aktivitas apa pun, adalah minat. Hal ini saat minat meningkat, seseorang tertarik pada aktivitas jangka panjang, lebih berkonsentrasi, mudah mengingat dan tidak mudah lelah belajar. Menurut Meilani et al., (2017) mengungkapkan bahwa minat belajar merupakan faktor pendorong belajar siswa yang didasarkan pada minat atau kesenangan dan keinginan siswa untuk belajar. Minat belajar juga merupakan bagian dari penciptaan motivasi, fenomena yang dibentuk oleh interaksi sosial dan partisipasi siswa dalam belajar.

Elendiana (2020) dalam penelitiannya menemukan bahwa minat adalah kecenderungan seseorang terhadap sesuatu atau dapat dikatakan apa yang disukai dan ingin dilakukan seseorang. Minat adalah keinginan seseorang untuk melakukan sesuatu. Ketertarikan pada sesuatu yang dipengaruhi oleh pembelajaran selanjutnya dan memengaruhi keinginan, kemauan, dan dorongan hati. Oleh karena itu minat terhadap sesuatu merupakan hasil belajar dan mendukung hasil belajar selanjutnya. Menurut Yuliana et al., (2019) mengatakan bahwa “minat berkaitan dengan gaya gerak yang mendorong seseorang untuk menghadapi atau berurusan dengan orang, benda, aktivitas, pengalaman yang dirangsang oleh aktivitas itu sendiri.

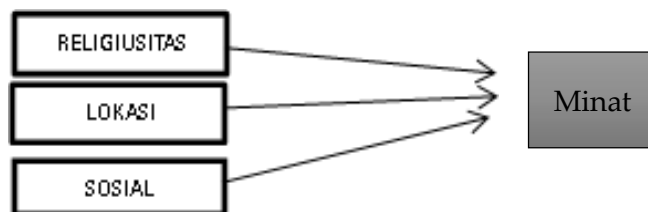
Minat dapat difokuskan dengan lebih menyukai suatu hal daripada yang lainnya ataupun dapat difokuskan dengan memenuhi suatu aktivitas yang disenangi. Menurut Sujanto (2008: 92) dalam (Arif, 2018) mengatakan bahwa minat adalah objek perhatian yang tidak disengaja yang timbul dari kehendak murni dan bergantung pada bakat dan lingkungan. Dengan demikian, minat muncul ketika individu mengalami sesuatu yang menarik, bermakna, dan dibutuhkan.

Menurut Sulistyawati et al., (2017) minat memotivasi seseorang untuk bertindak dan berpartisipasi dalam hal-hal yang menarik minatnya. Begitu pula dalam memilih jurusan, minat atau ketertarikan terhadap suatu mata kuliah tidak lepas dari sekian banyak faktor yang mempengaruhi suatu individu. Individu tersebut akhirnya memutuskan jurusan mana yang akan

dipilihnya, sesuai dengan besar kecilnya faktor-faktor yang mempengaruhi minatnya, baik dari dalam dirinya sendiri maupun dari luar atau lingkungan sekitarnya.

PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Untuk melakukan penelitian ini, Pengaruh Religiusitas, Lokasi, dan Sosial Terhadap Minat Mahasiswa Memilih Program Studi Manajemen Bisnis Syariah (Studi pada Mahasiswa Strata 1 Manajemen Bisnis Syariah UIN Raden Mas Said Surakarta) disajikan sebagai tiga hal utama variabel independen sebagai masukan dalam menentukan pengaruhnya terhadap variabel dependen. Di samping itu, Minat dicap sebagai variabel dependen karena sebagian besar diskusi dalam tinjauan literatur menunjukkan hal itu variabel independen yang terdaftar tersebut telah banyak digunakan sebagai pra-asumsi untuk membuktikan hubungannya. Karena itu, penelitian ini mengusulkan kerangka kerja berikut yang diilustrasikan pada Gambar 1.



Gambar. 1 Model Penelitian

Pengaruh Religiusitas terhadap Minat Memilih Prodi

Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan teori minat yang dicetuskan oleh Crow dan Crow (1989) yang menyatakan bahwa minat seseorang diperkuat oleh tiga faktor salah satunya adalah faktor dorongan dari diri individu. Faktor dorongan dari diri individu dalam penelitian ini adalah religiusitas dan pengetahuan. Religiusitas merupakan faktor dari dalam diri individu dimana pemahaman tiap individu dalam menganut dan melaksanakan ajaran agama berbeda satu sama lain. Religiusitas sangat erat hubungannya dengan kehidupan batin manusia. Sikap keagamaan yang muncul dalam diri seseorang akan mendorong dirinya untuk bertindak laku sesuai dengan kadar ketaatan masing-masing individu terhadap agamanya.

Hal ini yang menyebabkan religiusitas tidak mempengaruhi minat memilih program studi. Karena pemahaman tiap individu berbeda maka dalam mengamalkan pemahaman agamanya pun berbeda pula. Pada awalnya, hipotesis dari penelitian ini ialah Religiusitas akan memiliki dampak positif pada pembentukan minat memilih program studi manajemen bisnis syariah dengan notabennya kampus islam yang dalam pembelajarannya terdapat mata kuliah serta lingkungan yang dapat meningkatkan religiusitas.

Namun, temuan kami menunjukkan bahwa faktor-faktor lain seperti lokasi dan sosial lebih berpengaruh dalam membentuk minat memilih program studi. Temuan ini mengindikasikan bahwa tingkat religiusitas memiliki peran yang tidak terlalu penting dalam membentuk minat memilih program studi manajemen bisnis syariah di UIN Raden Mas Said Surakarta. Dalam konteks ini, program-program pendidikan dan promosi program studi Manajemen Bisnis Syariah dan kampus UIN Raden Mas Said Secara umum untuk menggunakan branding tertentu sebagai strategi yang efektif dalam meningkatkan minat dalam memilih program studi manajemen bisnis syariah. Menurut Nugroho et al., (2019) Meskipun religiusitas baik namun tidak menentukan minat.

Karena pemahaman tiap individu terhadap religiusitas dalam melaksanakan ajaran agama berbeda satu sama lain. Sehingga minat memilih program studi tidak dapat ditentukan oleh seberapa tinggi tingkat religiusitas

seseorang. Hasil penelitian ini didukung oleh beberapa penelitian terdahulu. Penelitian dari Maghfiroh (2018) yang menunjukkan tidak adanya pengaruh Religiusitas terhadap Minat dan selain itu penelitian dari Nugroho et al., (2019) juga ditemukan hal yang sama. Sedangkan penelitian ini bertentangan dengan penelitian dari Romdhoni et al., (2018) yang menemukan bahwa tingkat religiusitas sangat berpengaruh terhadap pembentukan minat.

H1: Religiusitas berpengaruh positif terhadap Minat

Pengaruh Lokasi Terhadap Minat Memilih Prodi

Hasil analisis data kami menunjukkan bahwa penggunaan lokasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat memilih program studi manajemen bisnis syariah. Meskipun mahasiswa datang berasal dari berbagai daerah termasuk luar solo raya namun kemudahan akses dan fasilitas disekitar kampus membuat lokasi UIN Raden Mas Said Surakarta menjadi salah satu pertimbangan, temuan kami menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang kuat antara letak lokasi kampus UIN Raden Mas Said Surakarta dalam membentuk minat memilih program studi manajemen bisnis syariah.

Hal itu dapat dilihat dari deskripsi responden dimana berdasarkan asal atau domisili sekarang didominasi oleh kabupaten sukoharjo yang mana menjadi letak dari tempat belajarnya sendiri program studi manajemen bisnis syariah fakultas ekonomi dan bisnis islam, UIN Raden Mas Said Surakarta. Lokasi memiliki kaitan erat dengan minat beli karena lokasi mencerminkan kondisi rill yang dapat mempengaruhi apakah individu bersedia membeli disuatu tempat/lokasi tersebut. Kondisi seperti akses yang mudah terhadap lokasi yang akan dituju, lokasi yang strategis dan tempat yang nyaman kini semakin dicari oleh individu dalam kebutuhannya terhadap sesuatu yang mereka inginkan (Kurniawan *et al.*, 2020).

Dalam konteks kampus UIN Raden Mas Said dapat dikatakan memiliki tempat yang strategis yang mudah dijangkau serta tidak terlalu jauh dengan kota dengan segala fasilitas disekelilingnya. Menurut Levy dan Weirtz dalam Utami (2017) Masalah-masalah yang membuat suatu lokasi tertentu memiliki daya tarik secara spesifik, akan mengamati keuntungan aksesibilitas lokasi dan keuntungan aksesibilitas lokasi dan keuntungan secara lokasi sebagai pusatnya.

Hasil penelitian ini didukung oleh beberapa penelitian terdahulu. Novianti & Retnasih (2023), yang meneukan adanya pengaruh positif lokasi terhadap minat. Sama dengan penelitian tersebut Siskawati & Ningtyas (2022), menemukan lokasi merupakan faktor penting dalam pembentukan minat. namun berbeda dengan temuan dari Hidayanti *et al.*, (2020) yang menemukan sebaliknya bahwa lokasi tidak memberikan dampak dalam pembentukan minat.

Kesimpulannya, Lokasi merupakan hal yang sangat penting dalam pembentuk mahasiswa dalam memilih program studi ataupun kampus selain faktor jarak dengan tempat tinggal akses, serta fasilitas perlu dipertimbangkan pula faktor kenyamanan lokasi yang menjadi tempat belajar selama perkuliahan. Hal ini menyoroti pentingnya pertimbangan pembangunan dalam menentukan sebuah lokasi karena dapat sebagai faktor penentu dalam membentuk minat mahasiswa dalam memilih kampus tersebut.

H2: Lokasi berpengaruh positif terhadap Minat Memilih Prodi

Pengaruh Sosial Terhadap Memilih Prodi

Faktor sosial merupakan sekelompok orang yang sama-sama mempertimbangkan secara dekat persamaan di dalam status atau penghargaan komunitas yang secara terus menerus bersosialisasi diantara mereka sendiri baik secara formal dan informal lamb (2021). Teori yang mendasari penelitian

ini adalah bahwa faktor sosial mungkin akan mempengaruhi pembentuk minat individu, mendorong mereka untuk mengambil tindakan dalam memilih program studi manajemen bisnis syariah. Temuan hasil analisis data kami menunjukkan bahwa factor sosial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat memilih program studi manajemen bisnis syariah.

Adapun nilai atau poin dalam uji t memiliki skor yang paling tinggi dibandingkan dengan variabel yang lainnya, dengan kata lain faktor sosial ini merupakan faktor yang paling berpengaruh dalam pembentukan minat mahasiswa dalam memilih program studi manajemen bisnis syariah. Hasil temuan pada penelitian ini didukung penelitian terdahulu. Penelitian dari Aditya et al., (2022) pengaruh sosial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat memilih program studi. Sama halnya dengan temuan dari Damayanti *et al.*, (2021) yang hasilnya menyatakan bahwa nilai-nilai sosial berpengaruh terhadap minat dalam memilih program studi.

Namun hasil ini bertentangan dengan temuan dari Kumara (2020) yang menemukan faktor sosial tidak berpengaruh terhadap minat. Rekomendasi yang dapat ditarik dari temuan ini adalah perlunya memberikan peran lebih terhadap alumni sebagai salah satu media promosi serta representasi hal capaian lulusan yang dapat berpengaruh dalam masyarakat selain itu mempertahankan citra baik prodi yang telah memiliki nama baik melalui akreditasi. dan terakhir, penting juga untuk meningkatkan berbagai kegiatan yang melibatkan masyarakat secara umum.

H3: Sosial berpengaruh positif terhadap Minat Memilih Prodi

III. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan desain penelitian deskriptif dengan metode kuantitatif. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa manajemen bisnis syariah strata 1 UIN Raden Mas Said. Metode pengambilan sampel pada penelitian ini non probability sampling dengan teknik purposive sampling. Data yang dikumpulkan dengan menggunakan Google Form dengan menyebarkan kuisioner secara online dan melibatkan 300 responden. Skala yang digunakan untuk mengukur setiap indikator pada variabel penelitian ini menggunakan skala likert dengan skor 1-5.

Pada penelitian ini menggunakan model pengujian Regresi Linier Berganda. Pengujian validasi dalam penelitian ini berdasarkan hasil rumus korelasi product moment, Pengujian reliabilitas berdasarkan hasil composite reliability dan Cronbach's Alpha dari masing-masing variabel. Untuk menguji model regresi pada penelitian ini menggunakan uji asumsi klasik grafik histogram sebagai uji normalitas, melakukan perhitungan nilai Variance Inflation Factor (VIF) untuk uji multikolinearitas, dan melihat grafik scatterplot pada uji heteroskedastisitas.

IV. Hasil dan Pembahasan

Deskripsi Responden (Umur, Tempat Tinggal, Jenis Kelamin, Angkatan Masuk) Tabel 1. Karakteristik Responden Penelitian

Characteristics of Respondents	Description	Total	Percentage (%)
Area Distribution	Boyolali	41	13,7%
	Karanganyar	24	8%
	Klaten	39	13%
	Sragen	50	16,7%
	Sukoharjo	70	23,3%
	Surakarta	37	12,3%
	Wonogiri	39	13%
Sex	Male	109	36,3%
	Female	191	63,7%
Age	18-21	241	80,3%
	22-25	57	19%
	26-29	2	0,7%
Respondents based on Entry Force	2017	5	1,7%
	2018	8	2,7%
	2019	22	7,3%
	2020	15	5%
	2021	30	10%
	2022	94	31,3%
	2023	126	42%

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa asal responden dengan jumlah terbesar ialah kabupaten Sukoharjo dengan 70 responden atau sebesar 23,3%. Diikuti terbesar kedua ialah Kabupaten Sragem dengan 50 responden atau sebesar 16,7%. diurutkan ketiga keempat ialah kabupaten Boyolali sebesar 41 responden atau sebesar 13,7% dan kabupaten Klaten dan Wonogiri yang sama-sama memiliki skor sebesar 39 responden atau sebesar 13%. Kemudian terbesar ke enam dan tujuh ialah kota Surakarta dan Kabupaten Karanganyar dengan masing-masing berjumlah 37 dan 24 responden atau sebesar 12,3% dan 8%.

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa mayoritas responden ialah berjenis kelamin perempuan dengan total sebanyak 191 atau sebesar 63,7%. Sedangkan responden berjenis kelamin laki-laki memiliki jumlah 109 dengan 36,3%. Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa responden yang berusia antara rentang 18-21 tahun sebanyak 241 responden atau sebesar 80,3%. Usia dengan rentang 22-25 tahun memiliki jumlah responden sebesar 57 tahun atau sebesar 19%. Ketiga, atau yang terakhir usia rentang responden anatar 26-29 tahun sebesar 2 responden atau sebesar 0,7%.

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa responden didominasi oleh mahasiswa Angkatan masuk tahun 2023 sebesar 126 responden atau 42%. Kedua, ialah Angkatan tahun 2022 sebesar 94 responden atau 31,3%. Kemudian yang ketiga ialah Angkatan tahun 2021 sebesar 30 atau 10%. Untuk urutan ke empat dan kelima diisi oleh Angkatan 2019 dan 2020 dengan sebesar 22 dan 15 atau sebesar 7,3% dan 5%. Dan yang terakhir dua terbawah ialah Angkatan 2018 dan 2017 dengan masing-masing sebesar 8 dan 5 atau 2,7% dan 1,7%.

Uji Validitas dan Reliabilitas

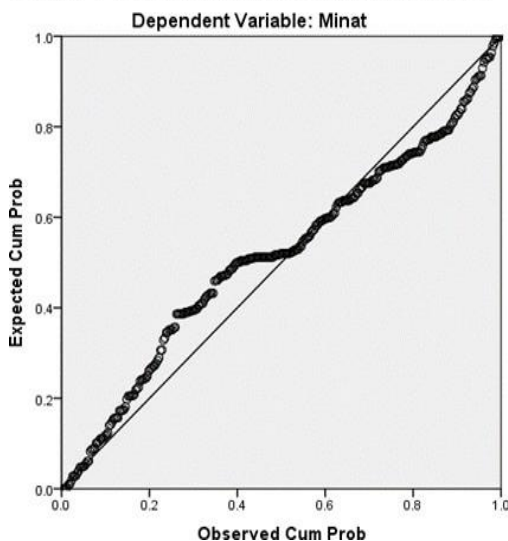
Tabel 2. Uji Validitas dan Reliabilitas

Variable	Question Items	Outer Loading	Reliability	Information
Religiusitas	R1	0,573		Valid And Reliable
(X1)	R2	0,574		Valid
	R3	0,905	0,947	Valid
	R4	0,556		Valid
	R5	0,906		Valid
	R6	0,592		Valid
Lokasi (X2)	LK1	0,719		Valid And Reliable
	LK2	0,596		Valid
	LK3	0,593	0,867	Valid
	LK4	0,551		Valid
Sosial (X3)	SS1	0,553		Valid And Reliable
	SS2	0,905	0,924	Valid
	SS3	0,917		Valid
	SS4	0,901		Valid
Minat (Y)	M1	0,526		Valid And Reliable

Berdasarkan data pada table 2. Pengujian validitas tentang variabel Religiusitas, Lokasi, Sosial, dan Minat menunjukkan nilai loading factor >0.50, sehingga dapat dikatakan semua indicator di semua variabel valid. Selanjutnya pada pengujian uji reliabilitas dari semua variabel menunjukkan angka >0.6 sehingga dapat dikatakan reliabel.

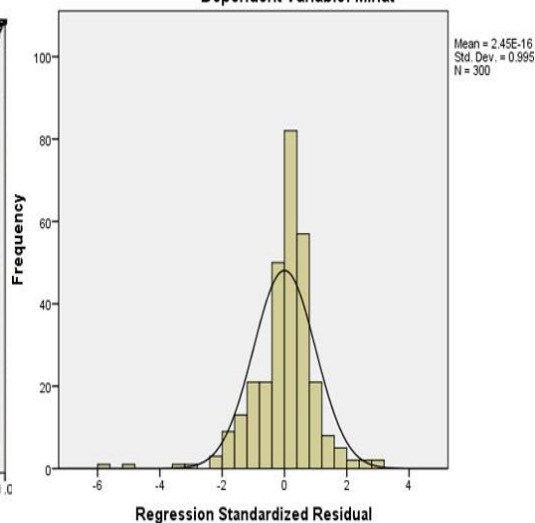
Uji Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Histogram

Dependent Variable: Minat



Gambar 2. Hasil Uji Normalitas

Dari gambar 2. dapat dilihat yang pertama menggunakan uji normalitas dengan histogram dimana gambar menunjukkan membentuk sebuah gunung dan pada gambar P-P Plot dapat dilihat gambar titik-titik mengikuti garis diagonal. Sehingga dapat dikatakan dari kedua gambar tersebut data terdistribusi normal.

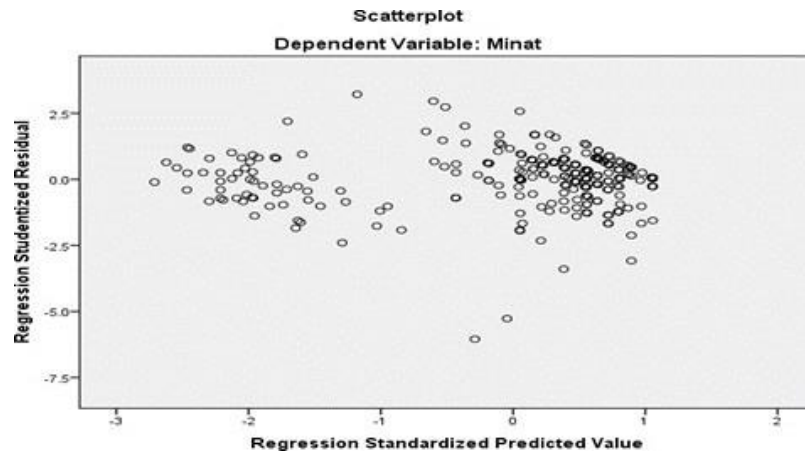
Uji Multikolinieritas

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinieritas

N o	Varia bel	VIF	Keterangan
1	<i>Religiusitas</i>	2 , 5 7 5	Tidak Ada Multikolinieritas
2	<i>Lokasi</i>	4 , 8 9 2	Tidak Ada Multikolinieritas
3	<i>Sosial</i>	4 , 4 8 5	Tidak Ada Multikolinieritas

Berdasarkan Hasil data pada table 3. Dapat diketahui bahwa nilai VIF pada variabel Religiusitas, Lokasi, dan Sosial menunjukkan nilai <10 sehingga dapat dikatakan tidak terjadi kasus Multikolinieritas.

Uji Heteroskedastisitas



Gambar 3. Hasil Uji Scatterplot

Tabel 4. Hasil Uji Glejser

No	Variabel	Sig.	Keterangan
1	Religiusitas	0,558	Tidak Ada Multikolinieritas
2	Lokasi	0,298	Tidak Ada Multikolinieritas
3	Sosial	0,308	Tidak Ada Multikolinieritas

Dari gambar 3. Pada uji heteroskedastisitas menggunakan gambar diagram scatterplot dapat diketahui bahwa pola titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0. Titik-titik tidak mengumpul hanya diatas atau dibawah saja. Selanjutnya pada tabel 4 dengan menggunakan uji glejser menunjukkan nilai sig > 0.05. sehingga dapat dikatakan berdasarkan kedua uji tersebut tidak terjadi kasus Heteroskedastisitas.

Uji Persamaan Regresi

Tabel 5. Hasil Analisis Regresi

Variabel	Koefisien	Nilai t	Signifikasi
(constant)	.461	.591	0.555
Religiusitas	.034	.715	0.475
Lokasi	.631	6.245	0.000
Sosial	1.287	14.117	0.000
F: 627.832			0.000
R ² : 0.930			

Berdasarkan hasil perhitungan diatas maka dapat dikonotasikan dengan persamaan regresi sebagai berikut $Y = 0.461 + 0,034x_1 + 0,631x_2 + 1,287x_3 + e$ dengan demikian dapat disimpulkan bahwa:

- konstanta sebesar 0.461 menyatakan bahwa jika variabel independen dianggap konstan, maka rata-rata realisasi Minat memilih sebesar 0.461 atau jika X_1 , X_2 dan X_3 adalah nol maka variabel Y akan konstan sebesar 2,681.
- Nilai Koefisien regresi Religiusitas (b_1) mempunyai parameter positif sebesar $0,034x_1$ mempunyai arti apabila variabel X_1 (Religiusitas) naik 1, sedangkan variabel Y (Minat) akan naik sebesar $0,034x_1$ atau jika X_1 mengalami peningkatan senilai 1 maka akan terjadi peningkatan minat sebesar 0,034.
- Nilai koefisien regresi Lokasi (b_2) mempunyai parameter sebesar 0,631

mempunyai arti apabila variabel X2 (Lokasi) naik sebesar 1 maka akan meningkatkan variabel Y (Minat) sebesar 0,631.

- d. Nilai koefisien regresi Sosial (b3) mempunyai parameter sebesar 1,287 mempunyai arti apabila variabel X3 (Sosial) naik sebesar 1 maka akan meningkatkan variabel Y (Minat) sebesar 1,287.

Uji F

Berdasarkan pada tabel diatas diketahui F hitung sebesar 627,832

sedangkan F

tabel 2,98 dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Berdasarkan data tersebut diketahui F hitung $>$ F tabel sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya secara bersama-sama Religiusitas (X1), Lokasi (X2), dan Sosial (X3) berpengaruh secara positif terhadap Minat memilih program studi manajemen bisnis syariah pada mahasiswa S1 manajemen bisnis syariah UIN Raden Mas Said Surakarta (Y). Sehingga, hal ini menunjukkan model yang digunakan dalam penelitian ini dapat digunakan untuk memprediksi variabel dependen.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil uji dari tabel 5. Hasil olah data diperoleh R^2 (koefisien determinasi) sebesar 0,930 artinya variasi dari Minat memilih program studi manajemen bisnis syariah dapat dijelaskan oleh Religiusitas (X1), Lokasi (X2), dan Sosial (X3) sebesar 93% sedangkan sisanya sebesar 7% dipengaruhi oleh variasi variabel diluar model maka dalam uji ini variabel bebas dapat menjelaskan variabel terikat.

Pembahasan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat korelasi yang tidak memiliki pengaruh dan tidak signifikan antara tingkat religiusitas dan minat dalam memilih program studi. Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan teori minat yang dicetuskan oleh Crow dan Crow (1989) yang menyatakan bahwa minat seseorang diperkuat oleh tiga faktor salah satunya adalah faktor dorongan dari diri individu. Faktor dorongan dari diri individu dalam penelitian ini adalah religiusitas dan pengetahuan. Religiusitas merupakan faktor dari dalam diri individu dimana pemahaman tiap individu dalam menganut dan melaksanakan ajaran agama berbeda satu sama lain.

Religiusitas sangat erat hubungannya dengan kehidupan batin manusia. Sikap keagamaan yang muncul dalam diri seseorang akan mendorong dirinya untuk bertindak laku sesuai dengan kadar ketaatan masing-masing individu terhadap agamanya. Hal ini yang menyebabkan religiusitas tidak mempengaruhi minat memilih program studi. Karena pemahaman tiap individu berbeda maka dalam mengamalkan pemahaman agamanya pun berbeda pula. Pada awalnya, hipotesis dari penelitian ini ialah Religiusitas akan memiliki dampak positif pada pembentukan minat memilih program studi manajemen bisnis syariah dengan notabennya kampus islam yang dalam pembelajarannya terdapat mata kuliah serta lingkungan yang dapat meningkatkan religiusitas.

Namun, temuan kami menunjukkan bahwa faktor-faktor lain seperti lokasi dan sosial lebih berpengaruh dalam membentuk minat memilih program studi.

Temuan ini mengindikasikan bahwa tingkat religiusitas memiliki peran yang tidak terlalu penting dalam membentuk minat memilih program studi manajemen bisnis syariah di UIN Raden Mas Said Surakarta. Dalam konteks ini, program-program pendidikan dan promosi program studi Manajemen Bisnis Syariah dan kampus UIN Raden Mas Said Secara umum untuk

menggunakan branding tertentu sebagai strategi yang efektif dalam meningkatkan minat dalam memilih program studi manajemen bisnis syariah. Menurut Nugroho *et al.*, (2019) Meskipun religiusitas baik namun tidak menentukan minat.

Karena pemahaman tiap individu terhadap religiusitas dalam melaksanakan ajaran agama berbeda satu sama lain. Sehingga minat memilih program studi tidak dapat ditentukan oleh seberapa tinggi tingkat religiusitas seseorang. Hasil penelitian ini didukung oleh beberapa penelitian terdahulu. Penelitian dari Maghfiroh (2018) yang menunjukkan tidak adanya pengaruh Religiusitas terhadap Minat dan selain itu penelitian dari Nugroho *et al.*, (2019) juga ditemukan hal yang sama. Sedangkan penelitian ini bertentangan dengan penelitian dari Romdhoni *et al.*, (2018) yang menemukan bahwa tingkat religiusitas sangat berpengaruh terhadap pembentukan minat.

Kesimpulannya, temuan penelitian ini mendukung argumen bahwa religiusitas tidak memiliki pengaruh pada pembentukan minat pada individu. Oleh karena itu, upaya-upaya untuk meningkatkan pemahaman yang selaras dalam religiusitas disertai pula minat dalam memilih program studi yang hendak individu tempuh. Terutama program studi manajemen bisnis syariah dan serta kampus Islam Negeri UIN Raden Mas Said secara umum yang merupakan kampus islam yang dalam pembelajarannya pula terdapat upaya meningkatkan religiusitas mahasiswa.

Hasil analisis data kami menunjukkan bahwa penggunaan lokasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat memilih program studi manajemen bisnis syariah. Meskipun mahasiswa datang berasal dari berbagai daerah, namun kemudahan akses dan fasilitas disekitar kampus membuat lokasi UIN Raden Mas Said Surakarta menjadi salah satu pertimbangan, temuan kami menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang kuat antara letak lokasi kampus UIN Raden Mas Said Surakarta dalam membentuk minat memilih program studi manajemen bisnis syariah. Hal itu dapat dilihat dari deskripsi responden dimana berdasarkan asal atau domisili sekarang didominasi oleh kabupaten sukoharjo yang mana menjadi letak dari tempat belajarnya sendiri program studi manajemen bisnis syariah fakultas ekonomi dan bisnis islam, UIN Raden Mas Said Surakarta.

Lokasi memiliki kaitan erat dengan minat beli karena lokasi mencerminkan kondisi riil yang dapat mempengaruhi apakah individu bersedia membeli disuatu tempat/lokasi tersebut. Kondisi seperti akses yang mudah terhadap lokasi yang akan dituju, lokasi yang strategis dan tempat yang nyaman kini semakin dicari oleh individu dalam kebutuhannya terhadap sesuatu yang mereka inginkan (Kurniawan *et al.*, 2020). Dalam konteks kampus UIN Raden Mas Said dapat dikatakan memiliki tempat yang strategis yang mudah dijangkau serta tidak terlalu jauh dengan kota dengan segala fasilitas disekililingnya.

Menurut Levy dan Weirtz dalam Utami (2017) Masalah-masalah yang membuat suatu lokasi tertentu memiliki daya tarik secara spesifik, akan mengamati keuntungan aksesibilitas lokasi dan keuntungan aksesibilitas lokasi dan keuntungan secara lokasi sebagaipusatnya. Hasil penelitian ini didukung oleh beberapa penelitian terdahulu. Novianti & Retnasih (2023), yang meneukan adanya pengaruh positif lokasi terhadap minat. Sama dengan penelitian tersebut Siskawati & Ningtyas (2022), menemukan lokasi merupakan faktor penting dalam pembentukan minat. Faktor sosial merupakan sekelompok orang yang sama-sama mempertimbangkan secara dekat persamaan di dalam status atau penghargaan komunitas yang secara terus menerus bersosialisasi diantara mereka sendiri baik secara formal dan informal lamb (2021).

Teori yang mendasari penelitian ini adalah bahwa faktor sosial mungkin akan mempengaruhi pembentuk minat individu, mendorong mereka

untuk mengambil tindakan dalam memilih program studi manajemen bisnis syariah. Temuan hasil analisis data kami menunjukkan bahwa faktor sosial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat memilih program studi manajemen bisnis syariah. Adapun nilai atau poin dalam uji t memiliki skor yang paling tinggi dibandingkan dengan variabel yang lainnya, dengan kata lain faktor sosial ini merupakan faktor yang paling berpengaruh dalam pembentukan minat mahasiswa dalam memilih program studi manajemen bisnis syariah.

Hasil temuan pada penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu. Penelitian dari Aditya *et al.*, (2022) pengaruh sosial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat memilih program studi. Sama halnya dengan temuan dari Damayanti *et al.*, (2021) yang hasilnya menyatakan bahwa nilai-nilai sosial berpengaruh terhadap minat dalam memilih program studi. Namun hasil ini bertentangan dengan temuan dari Kumara (2020) yang menemukan faktor sosial tidak berpengaruh terhadap minat.

Kesimpulannya, Lokasi merupakan hal yang sangat penting dalam pembentuk mahasiswa dalam memilih program studi ataupun kampus selain faktor jarak dengan tempat tinggal akses, serta fasilitas perlu dipertimbangkan pula faktor kenyamanan lokasi yang menjadi tempat belajar selama perkuliahan. Hal ini menyoroti pentingnya pertimbangan pembangunan dalam menentukan sebuah lokasi karena dapat sebagai faktor penentu dalam membentuk minat mahasiswa dalam memilih kampus tersebut.

V. PENUTUP

a. Kesimpulan

Berdasarkan dari rumusan masalah, hipotesis dan hasil penelitian, maka dapat ditarik kesimpulan mengenai pengaruh Religiusitas (X1), Lokasi (X2), dan Sosial (X3) terhadap Minat (Y) Memilih program studi manajemen bisnis syariah (Studi pada mahasiswa strata 1 Manajemen Bisnis Syariah UIN Raden Mas Said Surakarta Se-Solo Raya). Untuk menganalisis hubungan antar variabel tersebut, penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Berdasarkan analisis dan pembahasan yang dilakukan pada bagian sebelumnya, maka kesimpulan tersebut sebagai berikut:

1. Hipotesis pertama yang menyatakan bahwa religiusitas berpengaruh signifikan terhadap minat memilih prodi manajemen bisnis syariah. Namun hasil analisis data menunjukkan perolehan nilai uji t sebesar $0,715 < t \text{ tabel } (1,968)$ dengan nilai signifikansi $(0,475) > 0,05$. Dengan demikian Hipotesis 1 ditolak.
2. Hipotesis kedua yang menyatakan bahwa Lokasi berpengaruh dan signifikan terhadap minat memilih prodi manajemen bisnis syariah, hasil analisis data menunjukkan perolehan nilai uji t sebesar $6,245 > T\text{-tabel } (1,968)$ dan nilai signifikansi $(0,000) < 0,05$. Dengan demikian Hipotesis 2 diterima.
3. Hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa Sosial berpengaruh dan signifikan terhadap minat memilih prodi manajemen bisnis syariah, hasil analisis data menunjukkan perolehan nilai uji t sebesar $14,117 > T\text{-tabel } (1,968)$ dan nilai signifikansi $(0,000) < 0,05$. Dengan demikian Hipotesis 3 diterima.

b. Saran

Sejauh pelaksanaan penelitian ini religiusitas kurang dipertimbangkan oleh mahasiswa, maka kegiatan-kegiatan terkait dengan religiusitas perlu mendapatkan perhatian lebih oleh pihak kampus.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, T., & Mahyuni, L. P. (2022, April). Pengaruh literasi keuangan, persepsi kemudahan, manfaat, keamanan dan pengaruh sosial terhadap minat penggunaan fintech. In *FORUM EKONOMI: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi* (Vol. 24, No. 2, pp. 245-258).
- ATTAAJIR: Jurnal Ekonomi Bisnis dan Keuangan Syariah Vol. 1, No. 1, (2019) Juni- Desember
- At-Tijarah: Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis Islam Volume 5 Nomor 2 Ed. Juli–Desember 2019: Hal 296-309 p-ISSN: 2356–492xe-ISSN: 25499270
- Bintari, I. M. A. (2022). Pengaruh Lingkungan Keluarga, Religiusitas, Pengetahuan Perbankan Syariah Terhadap Minat Karir Keuangan Syariah. *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan*, 10 (1), 139-150.
- Crow, L., & Crow, A. (1989). *Psychologi pendidikan*. Yogyakarta: Nur Cahaya.
- Cynthia, D., Hermawan, H., & Izzuddin, A. (2022). Pengaruh Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, 9(1), 104-112.
- Dongoran, F. R., & Syaputri, V. Y. (2022). Analisis Minat Dan Motivasi Dalam Meningkatkan Prestasi Belajar Siswa. In *Prosiding Seminar Nasional USM* (Vol. 3, No. 1, pp. 387-400).
- Fridayanti, F. (2015). Religiusitas, Spiritualitas Dalam Kajian Psikologi dan Urgensi Perumusan Religiusitas Islam. *Psymphathic: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 2(2), 199-208.
- Hamid, A. Z. W. A. R. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa Memilih Program Studi Ekonomi Syariah. *J. Penelit. Ilmu-ilmu Sos. dan Keislaman*, 5(1), 159-174.
- Hidayanti, A. A., & Masyhudi, L. (2020). Pengaruh Electronic Word Of Mouth, Daya Tarik dan Lokasi Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan di Desa Tete Batu Kabupaten Lombok Timur. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(2), 129-144. <https://doi.org/10.47492/jip.v1i2.160>
<https://jurnal.umj.ac.id/index.php/MaA16/index>
- Ibnunas, B. G., & Harjawati, T. (2021). Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Pembelian Produk Halal. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa (JIMAWA)*, 1(2), 119. Jakarta. Universitas Indonesia Press
- Jurnal Psikologi Integratif Prodi Psikologi UIN Sunan Kalijaga Vol. 8, No. 2, 2020 Halaman 61-79
- Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Agama Islam [JIMPAI] Vol 2 Nomor 1 Januari 2022, hal: 1-15 ISSN: 2808-0149
- Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Agama Islam [JIMPAI] Vol 2 Nomor 2 Februari 2022, hal: 1-14 ISSN: 2808-0149
- Kumara, B. (2020). Analisis faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha dengan menggunakan media sosial. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 6(1), 52-56. <https://doi.org/10.32528/jmbi.v6i1.3533>
- Kurniawan, R., & Krismonita, Y. A. (2020). Pengaruh Kelengkapan Produk dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Giant Express Sukabumi: Studi Kasus konsumen Giant Express Sukabumi. *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 11(2), 145-154. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v11i2.112>
- Maghfiroh, S. (2018). Pengaruh religiusitas, pendapatan, dan lingkungan sosial terhadap minat menabung di bank syariah pada santri pesantren mahasiswa Darush Shalihah. *Jurnal pendidikan dan ekonomi*, 7(3), 213- 222.
- Maghfiroh, S. (2018). Pengaruh religiusitas, pendapatan, dan lingkungan sosial terhadap minat menabung di bank syariah pada santri pesantren mahasiswa Darush Shalihah. *Jurnal pendidikan dan ekonomi*, 7(3), 213-222.
- Maharani, R., Supriyanto, T., & Rahmi, M. (2021). Faktor-Faktor Yang

Mempengaruhi

- Minat Menabung Di Bank Syariah:(Studi Kasus Di Bsi Ex Bsm).
Jurnal Syarikah:Jurnal Ekonomi Islam, 7(2), 127-136.
- Miles, Matthew B dan huberman, A Michael. 1992. Analisis Data Kualitatif.
- Miskahuddin, M. (2017). Pengaruh Internet Terhadap Penurunan Minat Belajar Mahasiswa. *Jurnal MUDARRISUNA: Media Kajian Pendidikan Agama Islam*, 7(2),293-312.
- MISYKAT AL-ANWAR: JURNAL KAJIAN ISLAM DAN MASYARAKAT
- Moleong, j. Lexy, Metodologi Penelitian Kualitatif, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2002.
- Nalim, N. (2012). Analisis faktor yang memengaruhi mahasiswa dalam memilih ProgramStudi Pendidikan Bahasa Arab STAIN Pekalongan. In *Forum Tarbiyah* (Vol. 10, No. 2, pp. 214-235). Fakultas Tarbiyah IAIN Pekalongan.
- Nopitasari, E. (2017). Pengaruh Lokasi, Produk, Reputasi, Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Mahasiswa Iain Surakarta Menggunakan Bank Syariah. *Institut Agama Islam Negeri Surakarta*, 91(5), 144.
- Nugroho, A. S., & Nurkhin, A. (2019). Pengaruh religiusitas, pendapatan, pengetahuan zakat terhadap minat membayar zakat profesi melalui Baznas dengan faktor usia sebagai variabel moderasi. *Economic EducationAnalysisJournal*,8(3),955-966.
<https://doi.org/10.15294/eeaj.v8i3.35723>
- Pinaraswati, s. o. (2019). Pengaruh Budaya, Sosial, Kepribadian, Psikologis Terhadap Kepercayaan dan Keputusan Mahasiswa Memilih Program Studi Manajemen (Studi Empiris Pada Perguruan Tinggi Swasta di Surabaya) (Doctoral dissertation, STIESIASurabaya).
- Raihana, S., & Aulia, R. (2020). Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Lokasi, Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Di Bank Aceh Syariah Cabang Jeuram (Studi Pada Masyarakat Kecamatan Seunagan Kabupaten Nagan Raya). *Jihbiz:Global Journal Of Islamic Banking*, 2(2), 110-123.
- Romdhoni, A. H. (2018). Pengaruh pengetahuan, kualitas pelayanan, produk, dan religiusitas terhadap minat nasabah untuk menggunakan produk simpanan pada lembaga keuangan mikro syariah. *Jurnal Ilmiah EkonomiIslam*,4(02),136-147. <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.%1fv4i02.307>
- Rosita, M. L. D. (2022). *Pengaruh persepsi, religiusitas, dan pengetahuan terhadap minatmenabung di bank syariah dengan variable lingkungansosial sebagai mediasi* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).
- Safitri, N. D., & Suryaningsih, S. A. (2021). Pengaruh Religiusitas, Kepercayaan, Lokasi,Dan Pelayanan Terhadap Minat Membayar Zakat. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 4(3), 188-201.
- Sapitri, Z., & Yaya, R. (2015). Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap minat mahasiswauntuk mengikuti Pendidikan Profesi Akuntansi (PPAk). *Journal of Accounting and Investment*, 16(1), 46-61.
- Sierra Elafansa, R. (2020). Analisis Pengaruh Religiusitas, Sikap Ramah Lingkungan, Norma Subjektif dan Identitas Diri Ramah Lingkungan terhadap Minat Beli Produk Hijau: Studi pada Mahasiswa UII.