

BAB IV

DESKRIPSI, PEMBUKTIAN HIPOTESIS DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data

1. Kepulauan/kecamatan Masalembu

Masalembu salah satu kepulauan yang berada di Provinsi Jawa Timur, tepatnya di posisi Kabupaten Sumenep. Masalembu termasuk kepulauan kecil yang cukup terkenal dan populer dengan beragam cerita didalamnya. Mulai dari keindahan alam, panorama laut yang memukau dan [sejarah pulau Masalembu](#) yang masih legendaris hingga sekarang ini. Banyaknya kepulauan yang berada di Kabupaten Sumenep salah satunya yakni Kepulauan Masalembu yang terletak paling ujung Kabupaten Sumenep pulau Madura.

Kepulauan Masalembu terletak di perbatasan pulau-pulau besar yakni Pulau Sulawesi, Pulau Kalimantan dan Pulau Madura. Namun, tentunya Kepulauan Masalembu masuk dalam Provinsi Jawa Timur, tepatnya berada di Kabupaten Sumenep. Jika dilihat dari peta, aslinya Kepulauan Masalembu lebih dekat dengan wilayah Kalimantan. Akan tetapi, Masalembu tetap berada di kawasan Pulau Madura.

Letak Kepulauan ini berbatasan langsung dengan perairan besar (laut lepas). Luas Kepulauan Masalembu kurang lebih 40 km dengan kedalaman air mencapai 112 mil dari daratan Sumenep yaitu Pelabuhan Kalianget.

Pada tahun 1967, pulau ini diresmikan dengan sejumlah penduduk yang mencapai sekitar kurang lebih 15 rb. Potensi yang ada di Kepulauan Masalembu

yakni 75% sebagai Nelayan, 15% seorang Petani dan 10% seorang ternak sapi, kambing dan ayam.

Dahulu ada salah satu warga dari pulau Ra'as yang sedang berlayar yang memang berniat untuk pindah tempat kehidupan barunya, beliau adalah Bunajib bin Mayang atau yang dikenal dengan sebutan Datuk Kaidani. Ditengah perjalanan menuju pulau Kalimantan beliau menemukan yang dilihat dari jarak jauh berbentuk seperti lembu (sapi) dan tak lama kemudian menghampirinya.

Ditengah perjalanan menuju pulau Kalimantan beliau menemukan yang dilihat dari jarak jauh berbentuk seperti lembu (sapi) dan tak lama kemudian menghampirinya. Setelah tiba dipulau, beliau tidak menemukan orang satu pun dan hanyalah menemukan hutan dengan ribuan pohon yang masih hidup dan puluhan hewan sapi.

Lalu, hutan tersebut dibersihkan dan kembali ke pulau Ra'as untuk mengajak segenap keluarganya untuk tinggal disana. Setelah berlama-lama tinggal disana, maka pulau tersebut diberi pulau Masalembu.

a. Visi dan Misi Kecamatan Masalembu

Visi

Terwujudnya Kantor Kecamatan Masalembu yang PROFESIONAL, AKUNTABLE dan SIMPATIK dalam melaksanakan Tugas Pokok dan Fungsi Kecamatan guna menciptakan kualitas pelayanan, baik kepada karyawan maupun kepada masyarakat.

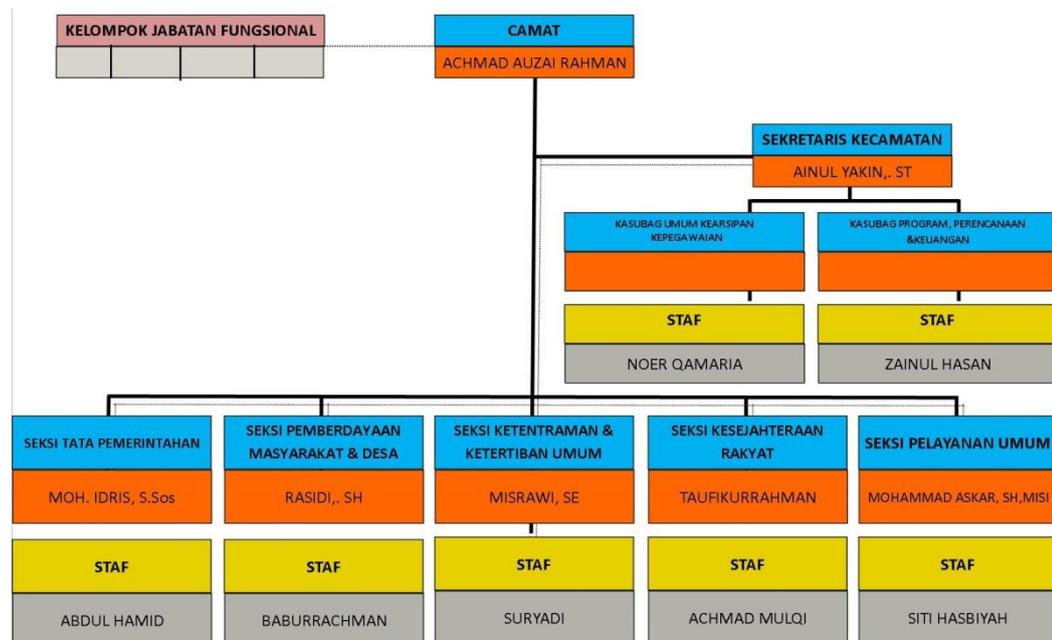
Misi

- 1) Memanfaatkan peran dan fungsi aparatur Pemerintahan
- 2) Meningkatkan kemampuan sumber daya aparatur.

- 3) Mewujudkan koordinasi yang efektif antar UPTD/UPT/Instansi dan Desa Wilayah Kecamatan
- 4) Meningkatkan mutu pelayanan kepada masyarakat
- 5) Mewujudkan lingkungan kantor yang bersih, aman dan nyaman
- 6) Meningkatkan pemberdayaan dan kesejahteraan Masyarakat
- 7) Meningkatkan pemberdayaan dan kesejahteraan Pegawai

b. Struktur Organisasi Kecamatan Masalembu

STRUKTUR ORGANISASI KECAMATAN MASALEMBU



Sumber: Data Dokumentasi Kecamatan Masalembu (2022)

2. Deskripsi Data Penelitian dan Responden

a. Deskripsi Data Penelitian

Data penelitian dikumpulkan dengan cara membagikan kuesioner langsung kepada masyarakat Masalembu. Penelitian ini menyebarkan 101 kuesioner kepada masyarakat Masalembu Sumenep. Pengumpulan data secara

langsung dikumpulkan oleh peneliti dengan menemui responden satu persatu, karena masyarakat Masalembu cenderung awam dalam menanggapi penelitian. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *Sampling Insidental* yaitu teknik pengambilan sampel dari anggota populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi. Demikian syarat pengolahan data dengan alat analisis SPSS 24 sampel dapat terpenuhi. Berikut rincian pengumpulan data penelitian dengan kuesioner yang ditunjukkan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 4.1
Rincian Penerimaan dan Pengembalian Kuesioner

Kuesioner	Jumlah
Kuesioner yang disebarakan	101
Kuesioner yang tidak kembali	0
Kuesioner yang kembali	101
Kuesioner yang digugurkan	0
Kuesioner yang digunakan	101
Tingkat pengembalian	100%
Tingkat pengembalian yang digunakan	100%

Sumber: Data Primer yang diolah, 2022

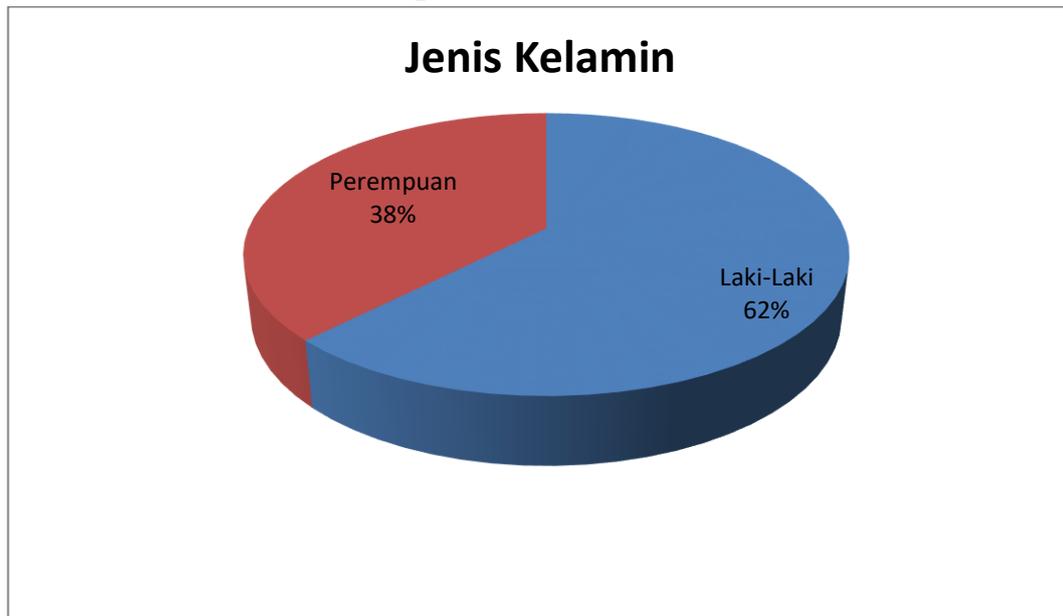
b. Deskriptif Data Responden

Deskripsi data responden yang menggambarkan keadaan atau kondisi responden merupakan informasi tambahan untuk memahami hasil-hasil penelitian. Responden dalam penelitian ini memiliki beberapa karakteristik. Karakteristik penelitian tersebut terdiri atas:

1) Jenis Kelamin

Data mengenai jenis kelamin masyarakat Kepulauan/Kecamatan Masalembu Sumenep yang menjadi responden pada penelitian ini yaitu sebagai berikut :

Gambar 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin



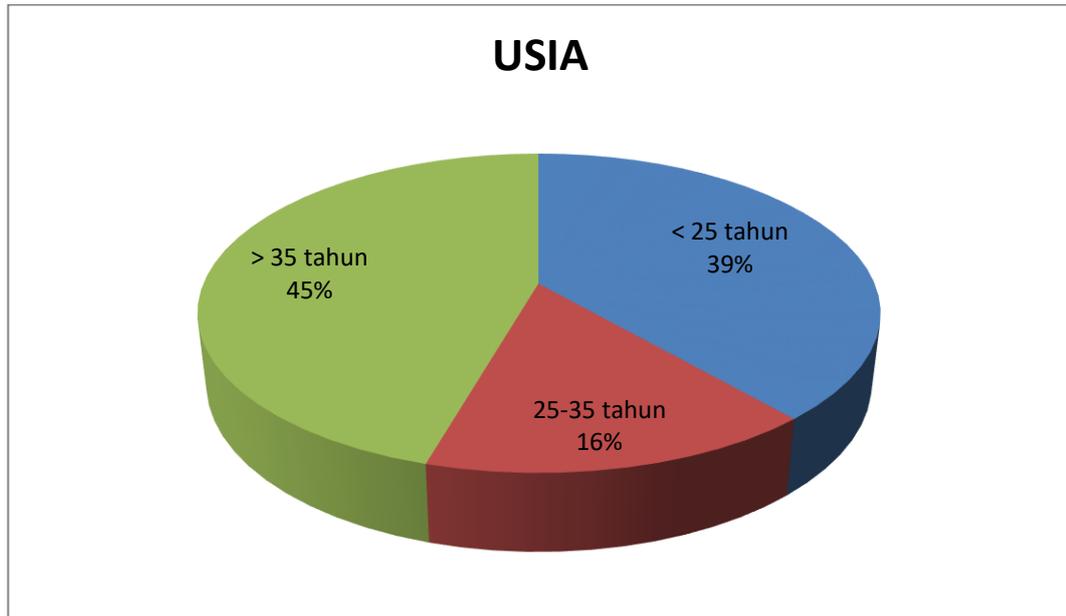
Sumber: Data primer yang diolah oleh peneliti, 2022

Berdasarkan keterangan pada gambar diatas, dapat diketahui informasi masyarakat Masalembu berdasarkan jenis kelamin, yakni laki-laki berjumlah 63 orang dengan persentase 62% dan perempuan berjumlah 38 orang dengan persentase 38%. Artinya masyarakat Kepulauan/kecamatan Masalembu Sumenep dalam penelitian ini di dominasi oleh laki-laki.

2) Umur

Data mengenai umur responden dalam penelitian ini, peneliti mengelompokannya menjadi tiga kategori, yaitu mulai umur < 25 tahun, 25-35 tahun, > 35 tahun, adapun umur masyarakat Masalembu yang dijadikan responden pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Gambar 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Umur



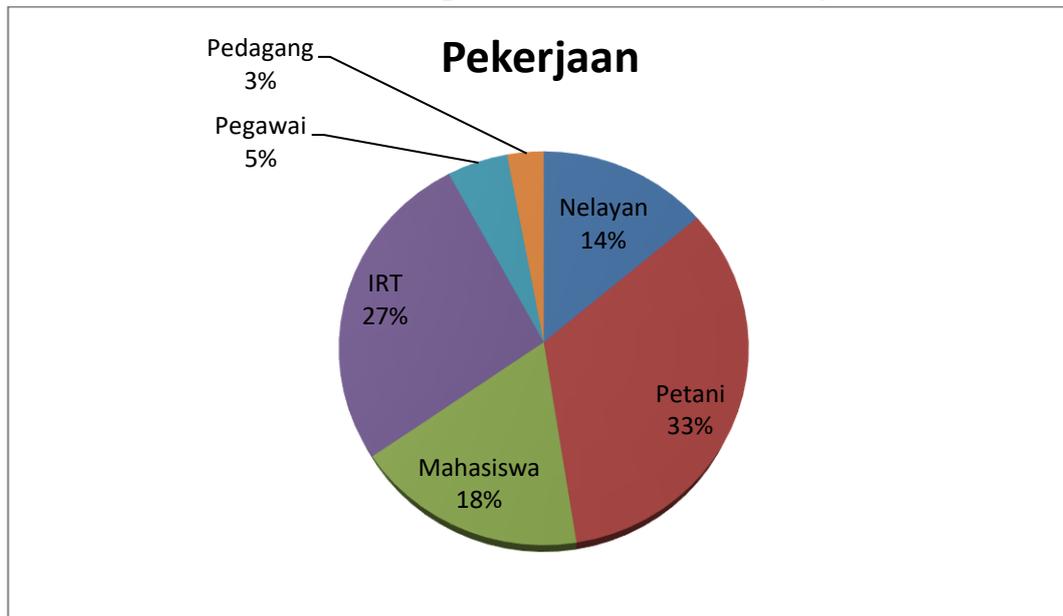
Sumber: Data primer yang diolah oleh peneliti, 2022.

Berdasarkan keterangan pada gambar di atas, dapat diketahui umur masyarakat Kepulauan/kecamatan Masalembu Sumenep yang diambil sebagai responden yaitu < 25 tahun berjumlah 39 orang dengan persentase 39%, 25-35 tahun sebanyak 16 orang dengan persentase 16%, > 35 tahun sebanyak 46 orang dengan persentase 45%. Dari keterangan gambar tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar masyarakat Kepulauan/kecamatan Masalembu Sumenep dalam penelitian ini adalah responden dengan umur > 35 tahun dengan persentase 45%.

3) Pekerjaan

Data pekerjaan responden dalam penelitian ini, peneliti mengelompokkan menjadi delapan kategori, yaitu Nelayan, Petani, Mahasiswa, IRT (Ibu Rumah Tangga), Pegawai, dan Pedagang. Adapun data mengenai pekerjaan masyarakat Kepulauan/kecamatan Masalembu Sumenep yang dijadikan sebagai responden adalah sebagai berikut:

Gambar 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan



Sumber: Data primer yang diolah oleh peneliti, 2022.

Berdasarkan gambar menunjukkan bahwa sebagian besar pekerjaan masyarakat Kepulauan/kecamatan Masalembu yang diambil sebagai responden adalah Nelayan sebanyak 14 orang dengan persentase 14%, Petani sebanyak 34 orang dengan persentase 33%, Mahasiswa sebanyak 18 dengan persentase 18%, IRT (Ibu Rumah Tangga) sebanyak 27 orang dengan persentase 27%, Pegawai sebanyak 5 orang dengan persentase 5%, dan Pedagang sebanyak 3 orang dengan persentase 3%. Jadi dapat disimpulkan bahwa masyarakat Masalembu yang menjadi responden rata-rata bekerja menjadi Petani sebanyak 34 orang dengan persentase 33%.

c. Deskripsi Variabel

Tanggapan masyarakat yang berpartisipasi pada penelitian ini (responden) mengenai Analisis Preferensi Masyarakat Masalembu Dalam Memilih Lembaga Keuangan Syariah dapat dijelaskan melalui tanggapan responden. Variabel

Independent terdiri dari Kesadaran (X1) dengan jumlah pernyataan 1 butir, Pengetahuan (X2) dengan jumlah pernyataan 3 butir, Menyukai (X3) dengan jumlah pernyataan 1 butir, Memilih (X4) dengan jumlah pernyataan 1 butir, Keinginan Untuk Membeli (X5) dengan jumlah pernyataan 3 butir, dan Membeli (X6) dengan jumlah pernyataan 1 butir. Sedangkan Dependent yaitu Lembaga Keuangan Syariah (Y) dengan jumlah pernyataan 1 butir. Sehingga jumlah keseluruhan pernyataan sebanyak 7 butir.

1) Kesadaran (X1)

Tabel 4.2
Distribusi Frekuensi Variabel Kesadaran

Item	SS		S		N		TS		STS		Total
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	61	60%	27	27%	8	8%	2	2%	3	3%	101

Sumber : Output SPSS 24 diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.2 dapat diketahui bahwa tanggapan responden pada item-item kesadaran yaitu:

Item-1 diperoleh sebanyak 61 responden yang sangat setuju, 27 responden yang setuju, 8 responden yang netral, 2 responden yang tidak setuju dan 3 responden yang sangat tidak setuju.

2) Pengetahuan (X2)

Tabel 4.1
Distribusi Frekuensi Variabel Pengetahuan

Item	SS		S		N		TS		STS		Total
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	25	25%			2	2%	74	73%			101
2	26	26%	45	44%	30	30%					101

3	26	26%	52	51%	23	23%					101
JML	77		97		55		74				

Sumber : Output SPSS 24 diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.3 dapat diketahui bahwa tanggapan responden pada item-item pengetahuan yaitu:

Item-1 diperoleh sebanyak 25 responden yang sangat setuju, 2 responden yang netral, dan 74 responden yang tidak setuju.

Item-2 diperoleh sebanyak 26 responden yang sangat setuju, 52 responden yang setuju, dan 23 responden yang netral.

Item-3 diperoleh sebanyak 26 responden yang sangat setuju, 52 responden yang setuju, dan 23 responden yang netral.

3) Menyukai (X3)

Tabel 4.2
Distribusi Frekuensi Variabel Menyukai

Item	SS		S		N		TS		STS		Total
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	33	33%	19	19%	42	41%	2	2%	5	5%	101

Sumber : Output SPSS 24 diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.4 dapat diketahui bahwa tanggapan responden pada item-item menyukai yaitu:

Item-1 diperoleh sebanyak 33 responden yang sangat setuju, 19 responden yang setuju, 42 responden yang netral, 2 responden yang tidak setuju dan 5 responden yang sangat tidak setuju.

4) Memilih (X4)

Tabel 4.3
Distribusi Frekuensi Variabel Memilih

Item	SS		S		N		TS		STS		Total
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	34	34%	9	9%	47	46%	7	7%	4	4%	101

Sumber : Output SPSS 24 diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.5 dapat diketahui bahwa tanggapan responden pada item-item memilih yaitu:

Item-1 diperoleh sebanyak 34 responden yang sangat setuju, 9 responden yang setuju, 47 responden yang netral, 7 responden yang tidak setuju dan 4 responden yang sangat tidak setuju.

5) Keinginan Untuk Membeli (X5)

Tabel 4.4
Distribusi Frekuensi Variabel Keinginan Untuk Membeli

Item	SS		S		N		TS		STS		Total
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	44	43%	15	15%	32	32%	10	10%			101
2	26	26%	43	42%	31	31%	1	1%			101
3	28	28%	50	49%	23	23%					101
JML	98		108				11				

Sumber : Output SPSS 24 diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.6 dapat diketahui bahwa tanggapan responden pada item-item orang yaitu:

Item-1 diperoleh sebanyak 44 responden yang sangat setuju, 15 responden yang setuju, 32 responden yang netral, dan 10 responden yang tidak setuju.

Item-2 diperoleh sebanyak 26 responden yang sangat setuju, 43 responden yang setuju, 31 responden yang netral, dan 1 responden yang tidak setuju

Item-3 diperoleh sebanyak 28 responden yang sangat setuju, 50 responden yang setuju, dan 23 responden yang netral.

6) Membeli (X6)

Tabel 4.5
Distribusi Frekuensi Variabel Membeli

Item	SS		S		N		TS		STS		Total
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	35	35%	15	15%	36	35%	12	12%	3	3%	101

Sumber : Output SPSS 24 diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.7 dapat diketahui bahwa tanggapan responden pada item-item membeli yaitu:

Item-1 diperoleh sebanyak 35 responden yang sangat setuju, 15 responden yang setuju, 36 responden yang netral, 12 responden yang tidak setuju dan 3 responden yang sangat tidak setuju.

7) Lembaga Keuangan Syariah (Y)

Tabel 4.8
Distribusi Frekuensi Variabel Lembaga Keuangan Syariah

Item	SS		S		N		TS		STS		Total
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	59	58%	13	13%	19	19%	6	6%	4	4%	101

Sumber : Output SPSS 24 diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.8 dapat diketahui bahwa tanggapan responden pada item-item Lembaga Keuangan Syariah yaitu:

Item-1 diperoleh sebanyak 59 responden yang sangat setuju, 13 responden yang setuju, 19 responden yang netral, 6 responden yang tidak setuju dan 4 responden yang sangat tidak setuju.

B. Hasil Analisis Data

1. Uji Kualitas Data

Pada tahapan ini, kualitas data yang dihasilkan dari penggunaan instrumen penelitian dapat dievaluasi melalui uji validitas dan reliabilitas. Tujuan dari pengujian ini adalah untuk mengetahui apakah setiap pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini layak atau tidak untuk dipakai.

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Pengujian dalam penelitian ini menggunakan person correlation yaitu merupakan 101 korelasi antara skor item dengan skor total item yang diolah menggunakan SPSS versi 24. Korelasi antara skor item dengan skor total item merupakan nilai r_{hitung} yang dibandingkan dengan r_{tabel} , yang mana dapat diketahui bahwa nilai r_{table} dengan jumlah sampel 101 adalah 0,195 dengan tingkat signifikansi $\alpha=0,05$. Adapun ketentuannya sebagai berikut:

- 1) Jika r_{hitung} lebih besar dari r_{table} ($r_{hitung} > r_{tabel}$), maka item tersebut yaitu valid.
- 2) Jika r_{hitung} lebih kecil dari r_{tabel} ($r_{hitung} < r_{tabel}$), maka item tersebut tidak valid.

Tabel 4.9
Hasil Uji Validitas

Variabel	Koefisien Korelasi	Keterangan
Kesadaran (X ₁)	0,692	Valid
Pengetahuan (X ₂)	0,397	Valid
Menyukai (X ₃)	0,544	Valid
Memilih (X ₄)	0,604	Valid
Keinginan Untuk Membeli (X ₅)	0,400	Valid
Membeli (X ₆)	0,699	Valid
Lembaga Keuangan Syariah (Y)	1	Valid

Sumber: Output SPSS 24 diolah, 2022

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa hasil uji validitas menggunakan program SPSS adalah semuanya valid. Jadi, kuesioner penelitian dapat di lanjutkan sebagai instrmen penelitian yang sah.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan pengukur yang sama pula.

Menurut Wiratna Sujarweni menjelaskan bahwa uji reliabilitas dapat dilaksanakan secara bersama-sama terhadap seluruh butir atau item pertanyaan dalam angket (kuesioner) penelitian¹. Adapun dasar pengambilan keputusan dalam uji reliabilitas adalah sebagai berikut:

- 1) Jika *Cronbach's Alpha* > 0,60 maka kuesioner atau angket dinyatakan reliable atau konsisten.
- 2) Sementara, jika nilai *Cronbach's Alpha* < 0,60 maka kuesioner atau angket dinyatakan tidak reliable atau tidak konsisten.

¹ V Wiratna Sujarweni, *SPSS Untuk Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2014), 193.

Tabel 4.10
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
Kesadaran (X ₁)	0,806	Reliabel
Pengetahuan (X ₂)	0,796	Reliabel
Menyukai (X ₃)	0,802	Reliabel
Memilih (X ₄)	0,795	Reliabel
Keinginan Untuk Membeli (X ₅)	0,800	Reliabel
Membeli (X ₆)	0,791	Reliabel
Lembaga Keuangan Syariah (Y)	0,789	Reliabel

Sumber: Output SPSS 24 diolah, 2022

Dari keterangan tabel diatas dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki cronbach's alpha $> 0,60$. Dengan demikian pada semua variabel adalah reliabel atau terpercaya sebagai alat pengumpul data dalam penelitian.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas pada model regresi digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki nilai residual yang terdistriusi secara normal. Untuk mendeteksi nilai residual berdistribusi normal atau tidak, maka dapat diketahui dengan melakukan uji normalitas dengan uji *Kolmogrof-Smirnov* (K-S). Uji normalitas data merupakan uji prasyarat dalam analisis regresi yang harus terpenuhi. Secara default, IBM SPSS menghitung P value dengan asymptotic, namun ada 3 opsi untuk menentukan P value, diantaranya menggunakan pendekatan exact dan monte carlo. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan opsi yang kedua yakni pendekatan exact, dimana pendekatan exact

adalah salah satu cara mengatasi uji normalitas tidak normal ketika menggunakan pendekatan asymptotic dengan kriteria analisis sebagai berikut:²

- 1) Jika nilai signifikansi (Exact. Sig 2- tailed) > 0,05, maka nilai residual berdistribusi normal.
- 2) Jika nilai signifikansi (Exact. Sig 2- tailed) < 0,05, maka nilai residual tidak berdistribusi normal.

Tabel 4.11
Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		101
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.67603200
Most Extreme Differences	Absolute	.102
	Positive	.085
	Negative	-.102
Test Statistic		.102
Asymp. Sig. (2-tailed)		.011 ^c
Exact Sig. (2-tailed)		.227
Point Probability		.000

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Output SPSS 24 diolah, 2022

Dari hasil uji normalitas menggunakan metode Kolmogorov Smirnov diperoleh nilai sebesar 0,102 dengan signifikansi 0,227 adalah lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam tes normalitas pada penelitian ini adalah berdistribusi normal.

² Rochmat Aldy Purnomo, *Analisis Statistik Ekonomi Dan Bisnis Dengan SPSS* (Ponorogo: UNMUH Ponorogo Press, 2017), 108.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas di dalam model regresi dapat dilakukan dengan melihat nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF), dengan ketentuan sebagai berikut:³

- 1) Jika nilai *Tolerance* < 0,10, maka terjadi multikolinearitas. Sebaliknya, jika nilai *Tolerance* > 0,10, maka tidak terjadi multikolinearitas.
- 2) Jika nilai VIF > 10, maka terjadi multikolinearitas. Sebaliknya, jika VIF < 10, maka tidak terjadi multikolinearitas.

Tabel 4.12
Hasil Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients			Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta				Tolerance	VIF
1 (Constant)	-.758	.445			-1.704	.092		
KESADARAN	.565	.099	.456		5.723	.000	.565	1.769
PENGETAHUAN	-.070	.053	-.156		-1.317	.191	.256	3.904
MENYUKAI	-.044	.101	-.042		-.435	.664	.395	2.534
MEMILIH	.086	.109	.084		.786	.434	.316	3.167
KEINGINAN MEMBELI	.137	.056	.278		2.424	.017	.274	3.654
MEMBELI	.387	.096	.386		4.020	.000	.390	2.564

a. Dependent Variable: LKS

Sumber: Output SPSS 24 diolah, 2022

Berdasarkan hasil uji multikolinieritas tersebut, diperoleh nilai tolerance masing-masing variabel independen berada di atas 0,10 dan nilai *Variance*

³ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2020), 107-108.

Inflation Factor (VIF) variabel independen lebih kecil dari 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi atau terdapat ketidaksamaan varians dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari nilai residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut dengan homokedastisitas. Dan jika varians berbeda dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya, maka disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas, atau dengan kata lain model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas.⁴

Untuk mengetahui ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan uji *Glejser*. Adapun dasar pengambilan keputusan pada uji *Glejser*, yaitu:⁵

- 1) Jika variabel bebas memiliki nilai Signifikansi $< 0,05$ maka model regresi tersebut dinyatakan terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika variabel bebas memiliki nilai Signifikansi $> 0,05$ maka model regresi tersebut dinyatakan tidak terjadi heteroskedastisitas.

Tabel 4.13
Hasil Uji Heteroskedastisitas

⁴ Ce Gunawan, *Mahir Menguasai Spss Panduan Praktis Mengolah Data Penelitian* (Yogyakarta: Deepublish, 2020), 128.

⁵ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2020), 144.

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	T	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	1.591	.214		7.428	.000
	KESADARAN	.061	.048	.134	1.289	.200
	PENGETAHUAN	.044	.026	.263	1.712	.090
	MENYUKAI	.008	.049	.021	.167	.867
	MEMILIH	-.012	.052	-.032	-.228	.820
	KEINGINAN MEMBELI	-.084	.027	-.463	-3.112	.081
	MEMBELI	-.218	.046	-.586	-4.700	.064

a. Dependent Variable: Abs_RES
Sumber: Output SPSS 24 diolah, 2022

Dari hasil uji heteroskedastisitas menggunakan uji glejser hasil signifikasinya dari variabel bebas atau variabel X menunjukkan sebesar $X_1 = 0,200$, $X_2 = 0,090$, $X_3 = 0,867$, $X_4 = 0,820$, $X_5 = 0,081$, dan $X_6 = 0,064$ diatas dari nilai standar signifikansi sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode sebelumnya. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi autokorelasi. Metode pengujian ini menggunakan uji Durbin-Watson (DW-Test). Adapun pengambilan keputusan ada atau tidaknya autokorelasi, yaitu sebagai berikut:⁶

Tabel 4.14
Pengambilan Keputusan Uji Durbin-Watson

⁶ Ibid, 112.

Hipotesis Nol (H_0)	Keputusan	Jika
Tidak ada autokorelasi positif	Tolak H_0	$0 < d_{hitung} < dl$
Tidak ada autokorelasi positif	Tidak ada keputusan	$dl < d_{hitung} < du$
Tidak ada autokorelasi positif dan negative	Terima H_0	$du < d_{hitung} < 4 - du$
Tidak ada autokorelasi negative	Tolak	$4 - dl < d_{hitung} < 4$
Tidak ada autokorelasi negative	Tidak ada keputusan	$4 - du < d_{hitung} < 4 - dl$

Sumber: Tabel pengambilan keputusan ada tidaknya korelasi, (2022)

Hasil uji Autokorelasi berdasarkan program SPSS 24 yaitu:

Tabel 4.15
Hasil Uji Autokorelasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.814 ^a	.663	.641	.69727	1.772

a. Predictors: (Constant), MEMBELI, KEINGINAN MEMBELI, KESADARAN, MENYUKAI,

MEMILIH, PENGETAHUAN

b. Dependent Variable: LKS

Sumber: Output SPSS 24 diolah, 2022

Tabel diatas menyatakan jika nilai DW sebesar 1,772 maka untuk mengetahui ada tidaknya autokorelasi, nilai DW tersebut akan dibandingkan dengan nilai DW tabel sebagai berikut:

Tabel 4.16
Hasil Pengujian Asumsi Klasik Autokorelasi

DL	DU	4 - DL	4 - DU	DW	Keputusan
1,421	1,670	2,579	2,33	1,772	Tidak ada autokorelasi

Sumber: Output SPSS 24 diolah, 2022

Keterangan:

Nilai dl dan du diperoleh dari tabel Durbin-Watson dengan ketentuan = 5%, dimana n (sampel) = 101 serta k (jumlah variabel independent) = 6

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai DW sebesar 1,772 berada diantara nilai $DU = 1,670$ dan nilai $4 - DU = 2,33$ ($DU < DW < (4 - DU)$), sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi tidak terjadi autokorelasi.

3. Uji Hipotesis

Pembuktian hipotesis ini dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh Preferensi (kesadaran, pengetahuan, menyukai, memilih, keinginan membeli dan membeli) terhadap keberadaan Lembaga Keuangan Syariah. Pembuktian hipotesis dalam penelitian ini dengan menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS versi 24.

a. Metode Regresi Linear Berganda

Metode analisis statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode regresi linear berganda. Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan antara dua atau lebih variabel independen dengan satu variabel dependen.⁷ Terdapat satu model regresi pada penelitian ini, yaitu:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6 + \varepsilon$$

Tabel 4.17
Hasil Uji Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	T	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	-.758	.445		1.704	.092
	KESADARAN	.565	.099	.456	5.723	.000
	PENGETAHUAN	-.070	.053	-.156	1.317	.019
	MENYUKAI	-.044	.101	-.042	.435	.046
	MEMILIH	.086	.109	.084	.786	.034
	KEINGINAN MEMBELI	.137	.056	.278	2.424	.017

⁷ Rochmat Aldy Purnomo, *Analisis Statistik Ekonomi Dan Bisnis Dengan SPSS* (Ponorogo: UNMUH Ponorogo Press, 2017), 161.

MEMBELI	.387	.096	.386	4.020	.000
---------	------	------	------	-------	------

a. Dependent Variable: LKS

Sumber: Output SPSS 24 diolah, 2022

$$Y = -0,758 + 0,565X_1 + (-0,070)X_2 + (-0,044)X_3 + 0,086X_4 + 0,137X_5 + 0,387X_6$$

Model persamaan regresi linear berganda diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Konstanta = -0,758, hal ini dapat diartikan bahwa, apabila nilai dari variabel kesadaran (X_1), pengetahuan (X_2), menyukai (X_3), memilih (X_4), keinginan untuk membeli (X_5) dan membeli (X_6) dianggap konstan (nol), maka besarnya variabel keputusan nasabah (Y) adalah sebesar -0,758.
- 2) Koefisien regresi pertama nilainya sebesar 0,565. Angka tersebut mempunyai arti bahwa setiap penambahan 1 variabel kesadaran (X_1), maka tingkat keberadaan Lembaga Keuangan Syariah (Y) di Kepulauan/Kecamatan Masalembu akan naik sebesar 0,565.
- 3) Koefisien regresi kedua nilainya sebesar -0,070. Angka tersebut mempunyai arti bahwa setiap penambahan 1 variabel pengetahuan (X_2), maka tingkat keberadaan Lembaga Keuangan Syariah (Y) di Kepulauan/Kecamatan Masalembu akan naik sebesar -0,070.
- 4) Koefisien regresi ketiga nilainya sebesar -0,044. Angka tersebut mempunyai arti bahwa setiap penambahan 1 variabel menyukai (X_3), maka tingkat keberadaan Lembaga Keuangan Syariah (Y) di Kepulauan/Kecamatan Masalembu akan naik sebesar -0,044.
- 5) Koefisien regresi keempat nilainya sebesar 0,086. Angka tersebut mempunyai arti bahwa setiap penambahan 1 variabel memilih (X_4), maka tingkat

keberadaan Lembaga Keuangan Syariah (Y) di Kepulauan/Kecamatan Masalembu akan naik sebesar 0,086.

- 6) Koefisien regresi kelima nilainya sebesar 0,137. Angka tersebut mempunyai arti bahwa setiap penambahan 1 variabel keinginan untuk membeli (X_5), maka tingkat keberadaan Lembaga Keuangan Syariah (Y) di Kepulauan/Kecamatan Masalembu akan naik sebesar 0,137.
- 7) koefisien regresi keenam nilainya sebesar 0,387. Angka tersebut mempunyai arti bahwa setiap penambahan 1 variabel membeli (X_6), maka tingkat keberadaan Lembaga Keuangan Syariah (Y) di Kepulauan/Kecamatan Masalembu akan naik sebesar 0,387.

b. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen dengan melihat R^2 . Berikut hasil koefisien determinasi:

Tabel 4.18
Hasil Uji Koefisien Determinasi
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.814 ^a	.663	.641	.697

a. Predictors: (Constant), KESADARAN, KEINGINAN MEMBELI, MEMILIH, MENYUKAI, MEMBELI, PENGETAHUAN

Sumber: Output SPSS 24 diolah, 2022

Dari tabel diatas dijelaskan bahwa nilai Adjusted R square sebesar 0,641 atau 64,1%. Artinya variabel Lembaga Keuangan Syariah dapat dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel kesadaran, pengetahuan, menyukai, memilih, keinginan untuk membeli dan membeli sebesar 64,1% dan sisanya sebesar 35,9% dijelaskan oleh variabel lain diluar variabel penelitian ini. Kontribusi semua variable X

terhadap variable Y dalam penelitian ini memiliki nilai yang besar, hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Hidayatul Musthofa dan Lailatul Qadhariyah (2019) yang juga diperoleh nilai Adjusted R square yang besar.

c. Uji Signifikan Parsial (Uji - t)

Uji t (uji parsial) digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh masing-masing variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Jika tingkat signifikansi $t > 0,05$ dan $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima atau H_a ditolak, dan jika tingkat signifikansi $t < 0,05$ dan $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak atau H_a diterima. Sudah diketahui bahwa nilai t_{tabel} adalah sebesar 0,202. Maka, Hasil pengujian dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.19
Hasil Uji Parsial (Uji – t)
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	T	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	-.758	.445		1.704	.092
	MEMBELI	.387	.096	.386	4.020	.000
	KEINGINAN MEMBELI	.137	.056	.278	2.424	.017
	MEMILIH	.086	.109	.084	.786	.034
	MENYUKAI	-.044	.101	-.042	.435	.046
	PENGETAHUAN	-.070	.053	-.156	1.317	.019
	KESADARAN	.565	.099	.456	5.723	.000

a. Dependent Variable: LKS

Sumber: Output SPSS 24 diolah, 2022

- 1) Variabel kesadaran mempunyai nilai t_{hitung} sebesar 5,723 > nilai t_{tabel} 0,202, dan taraf signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa secara individual variabel kesadaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Lembaga Keuangan Syariah.

- 2) Variabel pengetahuan mempunyai nilai t_{hitung} sebesar $1,317 >$ nilai t_{tabel} $0,202$, dan taraf signifikansi sebesar $0,019 <$ $0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa secara individual variabel pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Lembaga Keuangan Syariah
- 3) Variabel menyukai mempunyai nilai t_{hitung} sebesar $0,435 >$ nilai t_{tabel} $0,202$, dan taraf signifikansi sebesar $0,046 <$ $0,05$. maka dapat disimpulkan bahwa secara individual variabel menyukai berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Lembaga Keuangan Syariah.
- 4) Variabel memilih mempunyai nilai t_{hitung} sebesar $0,786 >$ nilai t_{tabel} $0,202$, dan taraf signifikansi sebesar $0,034 <$ $0,05$. maka dapat disimpulkan bahwa secara individual variabel memilih berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Lembaga Keuangan Syariah.
- 5) Variabel keinginan untuk membeli mempunyai nilai t_{hitung} sebesar $2,424 >$ nilai t_{tabel} $0,202$, dan taraf signifikansi sebesar $0,017 <$ $0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa secara individual variabel keinginan untuk membeli berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Lembaga Keuangan Syariah.
- 6) Variabel membeli mempunyai nilai t_{hitung} sebesar $4,020 >$ nilai t_{tabel} $0,202$, dan taraf signifikansi sebesar $0,000 <$ $0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa secara individual variabel membeli berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Lembaga Keuangan Syariah.

d. Uji Simultan (Uji F)

Uji F dilakukan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh secara simultan (bersama-sama) anantara variabel independen terhadap variabel dependen, dengan $\alpha = 0,05$ dan pengambilan keputusan.

- 1) jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$, maka variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.
- 2) jika $F_{hitung} \geq F_{tabel}$, maka variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat.

Berikut hasil uji signifikan secara simultan variabel independen sebagai berikut:

Tabel 4.20
Hasil Uji Simultan (Uji F)
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	89.763	6	14.961	30.771	.000 ^b
	Residual	45.702	94	.486		
	Total	135.465	100			

a. Dependent Variable: LKS

b. Predictors: (Constant), KESADARAN, KEINGINAN MEMBELI, MEMILIH, MENYUKAI, MEMBELI, PENGETAHUAN

Sumber: Output SPSS 24 diolah, 2022

Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan bahwa variabel kesadaran (X1), pengetahuan (X2), menyukai (X3), memilih (X4), keinginan membeli (X5), dan membeli (X6) mempunyai nilai signifikan $0,000 < 0,05$ dan nilai F_{hitung} sebesar $30,771 >$ nilai F_{tabel} 2,310. Maka, dapat dinyatakan bahwa preferensi masyarakat Masalembu secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keberadaan Lembaga Keuangan Syariah (Y).

C. Pembahasan

1. Pengaruh Setiap Variabel dalam Preferensi Masyarakat Masalembu Yakni Kesadaran, Pengetahuan, Menyukai, Memilih, Keinginan untuk Membeli dan Membeli Terhadap Keberadaan Lembaga Keuangan Syariah.

Berdasarkan hasil uji T (uji parsial) yang dilakukan, dapat dijelaskan bahwa variabel kesadaran (X1) memiliki nilai $T_{hitung} 5,723 > T_{tabel} 0,202$ dengan signifikansi $0,000 < 0,05$. *Awareness*/kesadaran menurut Kotler dan Keller adalah tahap dimana konsumen menyadari adanya suatu produk baik itu berupa barang atau jasa⁸. Akan tetapi dalam penelitian ini, peneliti menggunakan tahap *Awareness*/kesadaran adalah tahap dimana masyarakat Masalembu menyadari adanya dua Lembaga Keuangan Syariah yakni BPRS Bhakti Sumekar dan BMT UGT Sidogiri Cabang Masalembu.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hidayatul Mushtofa, Lailatul Qadariyah (2019) pada Lembaga Keuangan Syariah di Masalembu, yang menyatakan bahwa *Awareness*/kesadaran berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap variabel Lembaga Keuangan Syariah karena memiliki nilai signifikansi $0,002 < 0,05$.

Pengetahuan (X2) memiliki nilai $T_{hitung} 1,317 > T_{tabel} 0,202$ dengan signifikansi $0,019 < 0,05$. *Knowledge*/pengetahuan menurut Kotler dan Keller adalah tahap dimana konsumen sudah mengenal produk atau mengerti tentang

⁸ Kotler dan Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1 dan 2*, (Jakarta: Pearson Education inc, 2007), 294

produk yang berupa barang atau jasa⁹. Akan tetapi dalam penelitian ini, peneliti menggunakan tahap *Knowledge*/pengetahuan adalah tahap dimana masyarakat Masalembu mengetahui bahwa BPRS Bhakti Sumekar dan BMT UGT Sidogiri Cabang Masalembu termasuk dalam jenis-jenis Lembaga Keuangan Syariah.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fadhilatul Hasanah (2019) pada Bank Syariah, yang menyatakan bahwa *Knowledge*/pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Bank Syariah karena memiliki nilai $t_{hitung} 2,987 > 1,985 t_{tabel}$.

Menyukai (X3) memiliki nilai $T_{hitung} 0,435 > T_{tabel} 0,202$ dengan signifikansi $0,046 < 0,05$. *Liking*/menyukai menurut Kotler dan Keller adalah tahap dimana konsumen mulai menyukai produk tersebut yang berupa barang atau jasa yang di tawarkan¹⁰. Akan tetapi dalam penelitian ini, peneliti menggunakan tahap *Liking*/menyukai adalah tahap dimana masyarakat Masalembu mulai menyukai keberadaan dua Lembaga Keuangan Syariah yakni BPRS Bhakti Sumekar dan BMT UGT Sidogiri Cabang Masalembu.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hidayatul Mushtofa, Lailatul Qadariyah (2019) pada Lembaga Keuangan Syariah di Masalembu, yang menyatakan bahwa *Liking*/menyukai berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap variabel Lembaga Keuangan Syariah karena memiliki nilai signifikansi $0,015 < 0,05$.

Memilih (X4) memiliki nilai $T_{hitung} 0,786 > T_{tabel} 0,202$ dengan signifikansi $0,034 < 0,05$. *Preference*/memilih menurut Kotler dan Keller adalah tahap dimana

⁹ Kotler dan Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1 dan 2*, (Jakarta: Pearson Education inc, 2007), 294

¹⁰ Kotler dan Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1 dan 2*, (Jakarta: Pearson Education inc, 2007), 294

konsumen mulai lebih memilih produk tersebut dibandingkan dengan produk-produk lainnya¹¹. Akan tetapi dalam penelitian ini, peneliti menggunakan tahap *Preference/memilih* adalah tahap dimana masyarakat Masalembu dapat memilih diantara dua Lembaga Keuangan Syariah yakni BPRS Bhakti Sumekar dan BMT UGT Sidogiri Cabang Masalembu yang sangat dibutuhkan dan terpercaya.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Imroatul Khasanah (2015) pada pembelian sepeda motor Yamaha matik di Semarang, yang menyatakan bahwa *Preference/memilih* tidak berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap variabel pembelian sepeda motor Yamaha karena memiliki nilai signifikansi $0,015 < 0,05$.

Keinginan untuk membeli (X5) memiliki nilai $T_{hitung} 2,424 > T_{tabel} 0,202$ dengan signifikansi $0,017 < 0,05$. *Conviction/intention to Buy*/keinginan untuk Membeli menurut Kotler dan Keller adalah tahap dimana konsumen mempunyai keinginan dan memutuskan untuk membeli produk¹². Akan tetapi dalam penelitian ini, peneliti menggunakan tahap *Conviction/intention to Buy*/keinginan untuk Membeli adalah tahap dimana masyarakat Masalembu mempunyai keinginan dan memutuskan untuk menjadi nasabah/anggota diantara dua jenis Lembaga Keuangan Syariah yang berbeda.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fadhilatul Hasanah (2019) pada Bank Syariah, yang menyatakan bahwa *Conviction/intention to Buy*/keinginan untuk membeli berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap variabel Bank Syariah karena memiliki nilai signifikansi $0,000 < 0,05$.

¹¹ Kotler dan Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1 dan 2*, (Jakarta: Pearson Education inc, 2007), 294

¹² Kotler dan Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1 dan 2*, (Jakarta: Pearson Education inc, 2007), 294

Membeli (X6) mempunyai nilai $T_{hitung} 4,020 > T_{tabel} 0,202$ dengan signifikansi $0,000 < 0,05$. *Purchase*/membeli menurut Kotler dan Keller adalah tahap dimana konsumen dapat dikatakan sebagai konsumen yang loyal terhadap sebuah produk, sehingga konsumen tersebut tidak ragu lagi untuk membeli produk tersebut tanpa adanya pertimbangan yang banyak¹³. Akan tetapi dalam penelitian ini, peneliti menggunakan tahap *Purchase*/membeli adalah tahap dimana masyarakat Masalembu tidak ragu lagi untuk menjadi nasabah/anggota tanpa adanya pertimbangan yang banyak.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Imroatul Khasanah (2015) pada pembelian sepeda motor Yamaha matik di Semarang, yang menyatakan bahwa *Purchase*/membeli berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap variabel pembelian sepeda motor Yamaha matik di Semarang karena memiliki nilai signifikansi $0,000 < 0,05$.

Maka dapat diartikan bahwa setiap variabel preferensi masyarakat Masalembu berpengaruh signifikan terhadap keberadaan Lembaga Keuangan Syariah (Y). dengan demikian hipotesis kedua (H1) dinyatakan H0 ditolak dan Ha diterima. Dapat diartikan bahwa data yang dikumpulkan berhasil membuktikan keterkaitan antara variabel kesadaran (X1), pengetahuan (X2), menyukai (X3), memilih (X4), keinginan untuk membeli (X5), dan membeli (X6) terhadap variabel Y.

¹³ Kotler dan Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1 dan 2*, (Jakarta: Pearson Education inc, 2007), 294

2. Pengaruh Preferensi masyarakat Masalembu dalam memilih Lembaga Keuangan Syariah

Berdasarkan hasil uji F (uji simultan) yang dilakukan, dapat dijelaskan bahwa variabel kesadaran (X1), pengetahuan (X2), menyukai (X3), memilih (X4), keinginan untuk membeli (X5), dan membeli (X6) mempunyai nilai signifikan $0,000 < 0,05$ dan nilai F_{hitung} sebesar $30,771 > \text{nilai } F_{tabel} 2,09$. Maka dapat disimpulkan bahwa preferensi masyarakat Masalembu secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keberadaan Lembaga Keuangan Syariah (Y). dengan demikian hipotesis kedua (H2) dinyatakan H_0 ditolak dan H_a diterima. Dapat diartikan bahwa data yang dikumpulkan berhasil membuktikan keterkaitan antara variabel kesadaran (X1), pengetahuan (X2), menyukai (X3), memilih (X4), keinginan untuk membeli (X5), dan membeli (X6) terhadap variabel Y.

3. Besar Pengaruh Preferensi Masyarakat Masalembu dalam Memilih Lembaga Keuangan Syariah

Dapat diketahui juga bahwa hasil koefisien determinasi terlihat bahwa besarnya R^2 adalah 0,641 atau 64,1%. Artinya variabel Lembaga Keuangan Syariah dapat dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel kesadaran, pengetahuan, menyukai, memilih, keinginan untuk membeli, dan membeli sebesar 64,1% dan sisanya sebesar 35,9% dijelaskan oleh variabel lain diluar variabel penelitian ini seperti faktor social dan faktor individu. Dengan demikian hipotesis ketiga (H3) dinyatakan H_0 ditolak H_a diterima.

Preferensi konsumen menunjukkan kesukaan konsumen dari berbagai pilihan produk jasa yang ada¹⁴. Preferensi merupakan kesukaan (kecenderungan hati) kepada sesuatu¹⁵. Preferensi juga diartikan sebagai pilihan suka atau tidak suka oleh seseorang terhadap suatu produk, barang atau jasa yang di konsumsi.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hidayatul Mushtofa, Lailatul Qadariyah (2019) pada Lembaga Keuangan Syariah di Masalembu, yang menyatakan bahwa variabel-variabel Preferensi secara bersama sama memiliki pengaruh yang besar yakni 79,8%, sisanya sebesar 20,2% dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

¹⁴ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Cet ke – 10*, (Jakarta: Prehalindo, 2000), 154.

¹⁵ Poerwadaminta, W.J.S., *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi III*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2006), 769.