

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Obyek Penelitian

a. Sejarah perusahaan percetakan dan penerbitan Menara Kudus

Tahun awal dalam pendirian perusahaan Menara Kudus pada terjadi tanggal 22 Januari 1951, didirikan oleh bapak H. Zjainuri Noor. Cerita berawal ketika beliau masih menjadi karyawan di perusahaan mertuanya. berbekal menyerap pengalaman dan ilmu yang di dapat dari bekerja di perusahaan percetakan milik mertua. Bapak Zjanuri mulai merintis perusahaannya sendiri, melalui modal yang didapat dari bekerja sebagai karyawan serta keberanian dalam mengambil pinjaman dari Bank Rakyat Indonesia untuk membangun sebuah perusahaan. Pada akhirnya beliau kemudian bisa menjadi direktur utama kepemilikan percetakan dengan manajemen perusahaan dibantu oleh sang istri Dhuroiyah Zjainuri Noor selaku wakil direktur. Dibantu oleh karyawan yang bekerja pada saat itu masih sedikit sekiranya 7 orang karyawan pertama, dengan mesin dan alat kebutuhan dalam percetakan masih terbilang sedikit yaitu 4 unit mesin seadanya. Penamaan perusahaannya sendiri diambil dari ikon Kota Kudus yang kebetulan letaknya tak jauh dari pabrik yaitu kurang lebih berjarak 1,1 km dari tempat ziarah mbah Sunan Ja'far Shodiq Menara Kudus. Oleh sebab, itu nama perusahaan yang beliau ambil adalah percetakan dan penerbitan Menara Kudus.¹

Bergantinya tahun ketahun pada tahun ke lima pendirian perusahaan, dalam usaha percetakan mengalami perkembangan dan kemajuan yang sangat pesat sehingga mampu mengembangkan mesin mesin dengan kondisi sekarang lebih modern. Awal produk yang dipasarkan percetakan Menara adalah buku umum, kalender, serta undangan. Akan tetapi seiring berjalannya waktu disebabkan juga banyak pesantren-

¹ Wawancara bersama bapak alexander yusuf personalia percetakan dan penerbitan menara kudus tanggal 29 februari 2024, jam 07.57

pesantren yang yang memesan buku untuk dicetak sebagai kitab maka percetakan menara menjadi terkenal sebagai percetakan yang berfokus pada kitab akan tetapi masih melayani segala percetakan umum selain kitab. Sehingga tidak heran bahwa stigma masyarakat mengakan bahwa percetakan menara hanya berfokus kitab padahal pada kenyataan berbeda.²

Tahun 1976 Bapak H. Zainuri Noor pendiri percetakan menara telah tutup usia. Kemudian pada akhirnya kepemimpinan dipegang oleh anak pertama Bapak H. Hilman Najib ZN. Kemudian memperluas pemasaran di bantu oleh adik adik beliau yang mana; pemasaran di kota Surabaya di pegang oleh H. Turchon ZN, pemasaran di kota Jakarta di pegang oleh H. Zulfa Kamil ZN, pemasaran di kota Yogyakarta di pegang oleh H. Ahmad Fatoni, pemasaran di kota kudu di pegang oleh H. Lutfi Mukti. Kememimpinan perusahaan Menara Kudus telah berganti dari kakak ke adik yang talah berganti 4 kali dikarenakan alasan tertentu seperti kesehatan sehingga pada saat kepemimpinan perusahaan pada tahun 2011 sampai sekarang dipegang oleh Bapak H. Ahmad Fathoni.

b. Visi dan Misi Perusahaan percetakan dan penerbitan Menara Kudus

1) Visi Perusahaan:

- a) Menjadi percetakan dan penerbitan dengan pelayanan terbaik di Indonesia

2) Misi Perusahaan:

- a) Memberikan layanan cetak media dan komersial denngan “one stop services”
- b) Mensinergikan optimasi sumber daya manusia, teknologi dan sistem
- c) Memberikan layanan terbaik dalam standar ketepatan waktu, mutu dan jumlah

c. Nama Perusahaan dan Alamat

Nama perusahaan	:PT. Percetakan & Penerbitan Menara Kudus
-----------------	---

² Wawancara bersama bapak Alexander Yusuf personalia percetakan dan penerbitan menara kudus tanggal 29 februari 2024, jam 07.57

Alamat Usaha : Jl. Menara No. 4
 Kudus (Kantor Pusat) Toko Menara Kudus 4
 (Cabang Usaha) Jl. Besito No. 35
 (Kantor Pabrik) Jl. Kramat II / Nomor.
 54 A Jakarta
 (Kantor cabang)
 Jl. KHA. Dahlan /
 Nomor 12 Malang
 (Kantor cabang)
 Jl. Ibu Ruswo / nomor
 51 Yogyakarta (kantor
 cabang)
 Jl. Sasak Nomor 49/51
 Surabaya (kantor
 cabang)
 Telepon kantor : (0291) 437143

2. Gambaran Umum Responden

Karakteristik responden dalam penelitian ini terbagi menjadi beberapa karakteristik diantaranya ialah jenis kelamin, bidang pekerjaan, usia, pendapatan perbulan, serta pendidikan terakhir. Untuk penjelasannya dapat diperhatikan pada tabel tabel di bawah yaitu sebagai berikut:

Tabel 4. 1
Deskripsi Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Percent (%)
Laki-Laki	43	72.9
Perempuan	16	27.1
Total	59	100.0

Sumber: Data Primer diolah menggunakan SPSS 26, 2024

Berdasarkan penjelasan dalam tabel 4.1 diatas, dapat disimpulkan bahwa jenis kelamin responden pada karyawan penerbitan dan percetakan Menara Kudus didominasi oleh jenis kelamin laki-laki dengan banyaknya karyawan tersebut ialah 43 orang atau 72,9%. Sedangkan untuk karyawan perempuan hanya sebanyak 16 orang dengan presentase 27,1%.

Tabel 4. 2
Deskripsi Bidang Pekerjaan Responden

Devisi	Frekuensi	Percent (%)
Keuangan	4	6.8
Personalia	2	3.4
Desain Grafis	8	13.6
Percetakan	33	55.9
Lainnya	12	20.3
Total	59	100.0

Sumber: Data Primer diolah menggunakan SPSS 26, 2024

Berdasarkan karakteristik pada tabel di atas, menunjukkan bahwa karyawan percetakan menara dibagi dalam beberapa devisi diantaranya ialah pada devisi keuangan terdapat 4 orang karyawan dengan presentase 6,8%, Personalia terdapat 2 orang karyawan dengan presentase 3,4%, desain grafis terdapat 8 orang karyawan dengan presentase 13,6%, dalam devisi percetakan memiliki banyak karyawan dikarenakan merupakan tempat produksi yang memerlukan banyak karyawan untuk oprasikan mesin dan memproduksi karyawan dalam devisi ini sebanyak 33 orang karyawan dengan presentase 55,9%. Untuk devisi lainnya terdiri atas customer service, admin produksi, korektor, plat marker dengan banyak karyawan 12 orang dengan presentase 20,3%.

Tabel 4. 3
Deskripsi Usia Responden

Usia	Frekuensi	Percent (%)
16-25 Tahun	12	20.3
26-35 Tahun	18	30.5
36-45 Tahun	11	18.6
>45 Tahun	18	30.5
Total	59	100.0

Sumber: Data Primer diolah menggunakan SPSS 26, 2024

Berdasarkan karakteristik usia karyawan percetakan dan penerbitan menara kudus pada usia 16-25 tahun terdapat 12 orang karyawan dengan presentase 20,3%, usia 26-35 tahun terdapat 18 orang karyawan dengan presentase 30,5%, usia 36-45 tahun terdapat 11 orang karyawan dengan presentase 18,6%, kemudian untuk usia 45 keatas terdapat 18 orang karyawan dengan presentase 30,5%.

Tabel 4. 4
Deskripsi Pendapatan Perbulan Responden

Pendapatan Perbulan	Frekuensi	Percent (%)
< Rp. 1.500.000	7	11.9
Rp. 1.500.000 - Rp 2.500.000	40	67.8
Rp.2.500.000 - Rp.3.500.000	8	13.6
>Rp. 3.500.000	4	6.8
Total	59	100.0

Sumber: Data Primer diolah menggunakan SPSS 26, 2024

Berdasarkan karakteristik yang terdapat pada pendapatan perbulan karyawan menunjukkan karyawan yang mendapat pendapatan kurang dari Rp. 1.500.000 terdapat 7 orang karyawan dengan presentase 11,9%, pendapatan Rp. 1.500.000 - Rp 2.500.000 perbulan terdapat 40 orang karyawan dengan presentase 67,8% ini menjadikan pendapatan ini paling banyak diterima oleh para karyawan Percetakan Dan Penerbitan Menara Kudus, pendapatan Rp.2.500.000 - Rp.3.500.000 terdapat 8 orang karyawan dengan presentase 13.6%, untuk karyawan dengan pendapatan perbulan lebih dari Rp. 3.500.000 terdapat 4 orang karyawan dengan presentase 6,8%.

Tabel 4. 5
Deskripsi Pendidikan Terakhir Responden

Pendidikan	Frekuensi	Percent (%)
SD	2	3.4
SMP/SLTP	1	1.7
SMA/SLTA	42	71.2
Diploma	3	5.1
Sarjana	10	16.9
Lainnya	1	1.7
Total	59	100.0

Sumber: Data Primer diolah menggunakan SPSS 26, 2024

Berdasarkan data karakteristik responden melalui pendidikan terakhir dapat diketahui bahwa pendidikan sekolah dasar (SD) terdapat 2 orang karyawan dengan presentase 3,4%, pendidikan sekolah menengah pertama (SMP/SLTP) terdapat 1 orang karyawan dengan presentase 1,7%, pendidikan sekolah menengah atas (SMA/SLTA)

terdapat 42 orang karyawan dengan presentase 71,2% menjadikan pendidikan tingkat SMA merupakan pendidikan akhir terbanyak oleh karyawan percetakan dan penerbitan Menara Kudus. Diikuti oleh pendidikan sarjana yang terdapat 10 orang karyawan dengan presentase 16,9%, kemudian untuk pendidikan diploma terdapat 3 orang karyawan dengan presentase 5,1%, selanjutnya untuk pendidikan lainya yaitu seperti lulusan pondok pesantren terdapat 1 orang karyawan dengan presentase 1,7%.

3. Teknik Analisis Data

a. Hasil Instrument Uji Validitas

Pengujian validitas yang akan dilaksanakan dengan menggunakan perbandingan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} untuk degree of freedom (df) = n - 2 dengan nilai n yaitu jumlah seluruh responden yang dijadikan objek dalam penelitian, dengan diketahui nilai n = 59 - 2 = 57. Maka nilai df adalah 57. Sebuah item dalam pertanyaan akan dianggap valid ketika nilai r_{hitung} lebih besar daripada r_{tabel} atau pada nilai p-value lebih kecil dari nilai alpha (0,05), maka dapat disimpulkan bahwa item tersebut dapat dinyatakan “valid”, dalam penelitian ini didapatkan nilai r_{tabel} 0,2564.³ Hasil dari pengujian validitas terhadap seluruh variable dapat dilihat melalaui tabel di bawah ini.

Tabel 4. 6
Hasil Instrument Uji Validitas

Variabel	Item Pertanyaan	Item-Total Correlati on (r_{hitung})	Standart Value Correlati on (r_{tabel})	Keterangan
Media Sosial (X1)	X1_1	0,764	0,2564	Valid
	X1_2	0,842	0,2564	Valid
	X1_3	0,713	0,2564	Valid
	X1_4	0,638	0,2564	Valid
	X1_5	0,527	0,2564	Valid
Pengetahuan (X2)	X2_1	0,515	0,2564	Valid
	X2_2	0,594	0,2564	Valid

³ Dr. Imam Machali, *Metode Penelitian Kuantitatif*. 104

	X2_3	0,775	0,2564	Valid
	X2_4	0,681	0,2564	Valid
	X2_5	0,695	0,2564	Valid
	X2_6	0,714	0,2564	Valid
Altruisme (X3)	X3_1	0,616	0,2564	Valid
	X3_2	0,730	0,2564	Valid
	X3_3	0,859	0,2564	Valid
	X3_4	0,797	0,2564	Valid
Minat Bersedekah (Y)	Y1_1	0,683	0,2564	Valid
	Y1_2	0,746	0,2564	Valid
	Y1_3	0,675	0,2564	Valid
	Y1_4	0,760	0,2564	Valid
	Y1_5	0,670	0,2564	Valid

Sumber: Data Primer diolah menggunakan SPSS 26, 2024

Mengambil kesimpulan dari data yang telah diolah menggunakan SPSS dalam tabel menunjukkan bahwa masing-masing item yang terdapat pada variable memiliki nilai r_{hitung} lebih tinggi daripada r_{tabel} yaitu pada nilai r_{tabel} 0,2564 yang berarti pada keseluruhan item pertanyaan dapat diyakatan “Valid”

b. Hasil Instrument Uji reliabilitas

Uji reliabilitas menjadi uji yang harus dilewati dalam menjalankan suatu penelitian guna menyatakan sebuah kuisisioner dapat dikatakan realibel jika respon dari responden dapat dinyatakan konsisten serta stabil.⁴ dengan menggunakan *cronbach alpha* lebih dari 0,6 maka reabilitas suatu kontruk variable dapat dikatakan baik. Hasil dari pengujian reliabilitas terhadap seluruh variabel dapat dilihat melalui tabel di bawah ini.

Tabel 4. 7
Hasil Instrument Uji Reabilitas

Variabel	Standart Value Cronbach Alpha	Cronbach Alpha	Keterangan
Media Sosial (X1)	0,6	0,740	Reliabel
Pengetahuan	0,6	0,714	Reliabel

⁴ Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IMB SPSS 19.47*

(X2)			
Altruisme (X3)	0,6	0,735	Reliabel
Minat Bersedekah (Y)	0,6	0,746	Reliabel

Sumber: Data Primer diolah menggunakan SPSS 26, 2024

Kesimpulan dari data yang telah diolah menggunakan SPSS dalam tabel menunjukkan bahwa masing-masing variable memiliki nilai *Cronbach Alpha* lebih dari 0,6. Sehingga semua instrument pada variable memenuhi kriteria reliabilitas yang baik.

4. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

penggunaan uji normalitas dalam sebuah penelitian bertujuan untuk mengetahui dalam variable dependen maupun independent memiliki distribusi yang wajar atau tidak, dalam melakukan uji normalitas dapat menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov dengan taraf toleransi 0,05.

Jika nilai yang keluar dari pengujian normalitas lebih dari 0,05, maka dapat dianggap bahwa seluruh variable memiliki distribusi yang normal. Hasil dari pengujian ini, pada seluruh variabel dapat dilihat melalui tabel di bawah ini.

Tabel 4. 8
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
n		59
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.80146262
Most Extreme Differences	Absolute	.105
	Positive	.105
	Negative	-.093
Test Statistic		.105
Asymp. Sig. (2-tailed)		.166 ^c

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Data Primer diolah menggunakan SPSS 26, 2024

Mengambil kesimpulan dari data yang telah diolah menggunakan SPSS dalam tabel telah diperoleh hasil nilai dari uji normalitas yaitu sebesar 0,166 yang mana nilai ini telah lebih dari kriteria nilai tolerance uji normalitas yaitu 0,05. Sehingga dapat dikatakan bahwa data tersebut telah berdistribusi dengan normal.

b. Uji Heteroskedastisitas

Penelitian ini dalam pengujian heteroskedastisitas menggunakan metode yang bernama Uji Park Gleyser. Dapat dikatakan sebagai model regresi yang baik ditunjukkan dengan ketika tidak terjadi heteroskedastisitas dengan nilai signifikasinya yaitu 0,05. Hasil dari pengujian ini dapat dilihat pada tabel sebagai berikut.

Tabel 4. 9
Uji Heteroskedastisitas Metode Park Gleyser

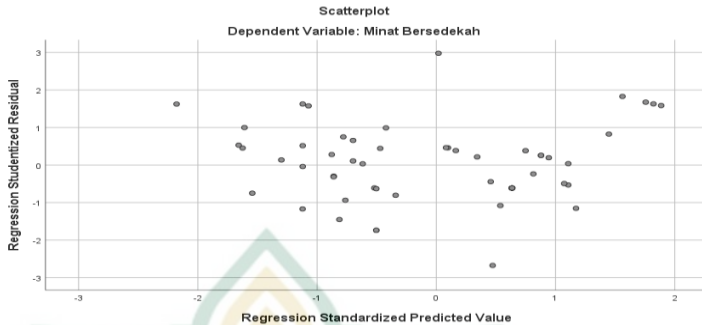
Variabel	Standart Value Significant	Signification
Media Sosial (X1)	0,05	0,134
Pengetahuan (X2)	0,05	0,256
Altruisme (X3)	0,05	0,235

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber: Data Primer diolah menggunakan SPSS 26, 2024

Menampilkan data yang telah diolah pada SPSS 26 dalam tabel dapat ditunjukkan bahwa seluruh variable dalam pengujian ini memiliki nilai yang lebih besar daripada nilai standar signifikan yang telah ditentukan yaitu 0,05. Dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa model regresi ini tidak ada tanda heteroskedastisitas. Adapun pengujian heteroskedastisitas dengan menggunakan metode scatterplot, yaitu dapat dilihat pada gambar dibawah ini.

Gambar 4. 1
Uji heterokedastisitas metode scatterplot



Sumber: Data Primer diolah menggunakan SPSS 26, 2024

Kesimpulan yang dapat diambil melalui analisa gambar yang terjadi pada pengujian heteroskedastisitas melalui Metode Scatterplot adalah titik titik data persebaran di atas dan di bawah angka 0, titik tersebut tidak hanya berkumpul pada satu titik saja, pada persebaran titik data tidak membentuk sebuah pola.

c. Uji Multikolinieritas

Hasil dari Pengujian multikolonieritas didapatkan dari nilai VIF (Variance Inflation Factory) dan nilai tolerance. Kriteria pada uji ini akan terpenuhi ketika nilai Variance Inflation Factory lebih kecil < 10,00 atau memiliki > tolerance 0,1, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas. Begitu pula jika terjadi hal yang sebaliknya maka telah terjadi multikolinieritas. Hasil dari pengujian ini dapat dilihat pada tabel sebagai berikut.

Tabel 4. 10
Hasil Uji Multikolonieritas

Variabel	Tolerance	Collinearity statistics Tolerance	VIF (Variance Inflation Factory)	Collinearity statistics VIF (Variance Inflation Factory)
Media Sosial	0,1	0,992	10,00	1,008

Pengetahuan	0,1	0,636	10,00	1,573
Altruisme	0,1	0,639	10,00	1,566

Sumber: Data Primer diolah menggunakan SPSS 26, 2024

Kesimpulan yang dapat diambil melalui analisa tabel yang terjadi pada pengujian multikolonieritas adalah seluruh nilai variable yang terdapat pada nilai *Collinearity statistics Tolerance* lebih besar dibandingkan dengan nilai *tolerance* yaitu $0,992 > 0,1$ dan $0,636 > 0,1$ dan $0,639 > 0,1$. Sedangkan pada nilai *Collinearity statistics VIF* memiliki nilai kecil dibandingkan dengan nilai *VIF* yaitu $1,008 < 10,00$ dan $1,573 < 10,00$ dan $1,566 < 10,00$. Oleh sebab itu dapat diambil sebuah kesimpulan bahwa dalam pengujian ini tidak terdapat multikolinieritas.

5. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis Regresi Linier berganda memiliki tujuan guna mengetahui hubungan antar variable terikat dengan batas minimal variable bebas ada dua variable, dengan regresi linier berganda maka akan didapatkan sebuah data mengenai kuat atau lemahnya suatu hubungan pada variable-variable yang akan diteliti. Hasil dari analisis regresi linier berganda ini dapat dilihat pada tabel sebagai berikut.

Tabel 4. 11
Hasil Regresi Linier Berganda

		Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Si g.
1	(Constant)	- .563	2.901		-.194	.847
	Media Sosial	.113	.078	.140	1.439	.156
	Pengetahuan	.31	.117	.323	2.6	.01

uan	0			54	0
Altruism	.53	.151	.431	3.5	.00
e	6			45	1

a. Dependent Variable: Minat Bersedekah

Sumber: Data Primer diolah menggunakan SPSS 26, 2024

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

$$Y = -0,563 + 0,113 X_1 + 0,310 X_2 + 0,536 X_3 + e$$

Berdasarkan tabel dan rumus dari regresi linier diatas dapat diambil kesimpulan sebuah persamaan yang menunjukkan bahwa nilai X berasumsikan yaitu sebagai berikut:

- 1) Nilai konstanta (β_0) memiliki nilai $-0,563$, dengan ditunjukkan oleh tanda negative. Maka dapat memberikan arti jika nilai dari ketiga variable Media sosial, Pengetahuan, dan Altruisme (X) diasumsikan tidak ada atau sama dengan nilai nol, maka nilai dari variable Minat Bersedekah (Y) sebesar $-0,563$
- 2) Nilai regresi (β_1) dengan variable X1 yaitu media sosial memiliki nilai $0,113$, dan ditunjukkan nilai positif. Maka dapat memberikan arti pengaruh variable media sosial terhadap minat bersedekah yaitu memiliki nilai positif. Sehingga apabila variable media sosial (X1) mengalami kenaikan sebesar 100%, maka minat bersedekah (Y) pada karyawan percetakan dan penerbitan di Menara Kudus akan semakin tinggi dengan besaran nilai 11,3%
- 3) Nilai regresi (β_2) dengan variable X2 yaitu Pengetahuan memiliki nilai $0,310$, dan ditunjukkan nilai positif. Maka dapat memberikan arti pengaruh variable pengetahuan terhadap minat bersedekah yaitu memiliki nilai positif. Sehingga apabila variable pengetahuan (X2) mengalami kenaikan sebesar 100%, maka minat bersedekah (Y) pada karyawan percetakan dan penerbitan di Menara Kudus akan semakin tinggi dengan besaran nilai 31%

4) Nilai regresi (β_3) dengan variable X3 yaitu altruisme memiliki nilai 0,536, dan ditunjukkan nilai positif. Maka dapat memberikan arti pengaruh variable altruisme terhadap minat bersedekah yaitu memiliki nilai positif. Sehingga apabila variable Altruisme (X3) mengalami kenaikan sebesar 100%, maka minat bersedekah (Y) pada karyawan percetakan dan penerbitan di Menara Kudus akan semakin tinggi dengan besaran nilai 53,6%

a. Uji R² (Koefisiensi Determinasi)

Tujuan dari uji koefisiensi diterminasi adalah guna menentukan seberapa pengaruh variasi model variable independent yang digunakan dalam penelitian ini mengenai variable dependent. Hasil dari uji R² atau yang dapat disebut dengan koefisiensi diterminasi dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4. 12
Hasil Uji R2 (Koefisiensi Determinan)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.694 ^a	.481	.453	1.850
a. Predictors: (Constant), Altruisme, Media Sosial, Pengetahuan				

Sumber: Data Primer diolah menggunakan SPSS 26, 2024

Kesimpulan yang dapat diambil melalui analisa tabel yang terjadi pada pengujian R² (koefisiensi diterminasi) adalah ditunjukkan nilai Adjusted R-Square sebesar 0,453. Oleh sebab itu dapat diambil sebuah kesimpulan bahwa variable media sosial, pengetahuan, dan altruisme memiliki kontribusi yang berpengaruh sebesar 45,3%. Sedangkan pengaruh selebihnya yaitu dengan nilai 54,7% dipengaruhi oleh variable lainnya yang tidak ada pada penelitian ini.

b. Uji F (Simultan)

Tujuan dari uji f atau yang dapat disebut dengan uji simultan yaitu guna menguji seluruh variable independen berpengaruh secara bersama sama

(simultan) terhadap pengaruh variable dependent, Dengan cara membandingkan antara besaran nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} . untuk mengetahui nilai angka pada f_{tabel} dapat digunakan sebuah rumus yaitu $f = (k ; n-k) = (3; 59-3) = (3; 56) = 2,769$, maka dari hasil perhitungan tersebut nilai pada f_{tabel} dapat diketahui yaitu terdapat pada nilai 2,769. Untuk perhitungan pada f_{hitung} dapat menggunakan aplikasi SPSS, dan hasil yang diperoleh yaitu sebagai berikut.

Tabel 4. 13
Hasil Uji F (Simultan)

	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	174.758	3	58.253	17.022	.000 ^b
	Residual	188.226	55	3.422		
	Total	362.983	58			
a. Dependent Variable: Minat Bersedekah						
b. Predictors: (Constant), Altruisme, Media Sosial, Pengetahuan						

Sumber: Data Primer diolah menggunakan SPSS 26, 2024

Kesimpulan yang dapat diambil melalui analisa tabel yang terjadi pada pengujian f (simultan) adalah pada nilai f_{hitung} 17.022 > f_{tabel} 2,769. Oleh sebab itu dapat disimpulkan bahwa variable media sosial, pengetahuan, dan altruisme secara bersama-sama atau simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat bersedekah pada karyawan Percetakan dan Penerbitan Menara Kudus.

c. Uji T (Parsial)

Tujuan dari uji t atau yang dapat disebut dengan uji parsial yaitu guna mengetahui seberapa tingkatan sebuah variable independen terhadap variable dependen, Dengan cara membandingkan antara besaran nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} . untuk mengetahui nilai angka pada t_{tabel} dapat digunakan sebuah rumus yaitu $df = n-k-1$, $df = 59-3-1 = 55$, sedangkan untuk nilai signifikansi yaitu pada nilai $0,05/2 = 0,025$, maka dari hasil perhitungan di atas nilai pada t_{tabel} dapat diketahui yaitu terdapat pada nilai 2,004. Untuk perhitungan pada t_{hitung} dapat menggunakan aplikasi SPSS, dan hasil yang diperoleh yaitu sebagai berikut.

Tabel 4. 14
Hasil Uji T (Parsial)

Variabel	Standart Value t_{tabel}	t_{hitung}	Standart Sig.	Sig.	keterangan
Media Sosial	2,004	1.439	0,05	0,156	Tidak Pengaruh
Pengetahuan	2,004	2.654	0,05	0,010	Berpengaruh
Altruisme	2,004	3.545	0,05	0,001	Berpengaruh

Sumber: Data Primer diolah menggunakan SPSS 26, 2024

Hasil dari perhitungan pengujian yang didapatkan dari tabel di atas yaitu dapat disimpulkan sebagai berikut:

- 1) Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Bersedekah pada karyawan Percetakan dan Penerbitan Menara Kudus.

Melalui hasil perhitungan melalui SPSS 26, dapat diketahui pada jika variable Media Sosial tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat bersedekah. Hal ini dapat diperhatikan melalui tabel hasil dari nilai t_{hitung} yaitu $1.439 < t_{tabel}$ dengan nilai 2,004, serta dengan nilai signifikasi dari variable media sosial yang terdapat pada tabel kolom sig bernilai $0,156 > 0,05$, oleh sebab itu dapat ditunjukkan bahwa H_0 diterima dan H_1 ditolak, yang artinya variable media sosial (X1) tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat bersedekah pada karyawan Percetakan dan Penerbitan Menara Kudus.

- 2) Pengaruh pengetahuan Terhadap Minat Bersedekah pada karyawan Percetakan dan Penerbitan Menara Kudus

Melalui hasil perhitungan melalui SPSS 26, dapat diketahui pada jika variable pengetahuan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat bersedekah. Hal ini dapat diperhatikan melalui tabel hasil dari nilai t_{hitung} yaitu $2.654 > t_{tabel}$ dengan

nilai 2,004, serta dengan nilai signifikansi dari variable media sosial yang terdapat pada tabel kolom sig bernilai $0,010 < 0,05$, oleh sebab itu dapat ditunjukkan bahwa H_2 diterima dan H_0 ditolak, yang artinya variable pengetahuan (X2) memiliki pengaruh signifikan terhadap minat bersedekah pada karyawan Percetakan dan Penerbitan Menara Kudus.

3) Pengaruh Altruisme Terhadap Minat Bersedekah pada karyawan Percetakan dan Penerbitan Menara Kudus

Melalui hasil perhitungan melalui SPSS 26, dapat diketahui pada jika variable altruisme memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat bersedekah. Hal ini dapat diperhatikan melalui tabel hasil dari nilai t_{hitung} yaitu $3.545 > t_{tabel}$ dengan nilai 2,004, serta dengan nilai signifikansi dari variable media sosial yang terdapat pada tabel kolom sig bernilai $0,001 < 0,05$, oleh sebab itu dapat ditunjukkan bahwa H_3 diterima dan H_0 ditolak, yang artinya variable altruisme (X3) memiliki pengaruh signifikan terhadap minat bersedekah pada karyawan Percetakan dan Penerbitan Menara Kudus.

B. Pembahasan

1. Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Bersedekah Pada Karyawan Percetakan dan Penerbitan Menara Kudus

Analisis hasil yang didapatkan dari penelitian ini menunjukkan bahwasanya pada variable media sosial mendapatkan pengaruh negative dengan kata lain tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat bersedekah pada karyawan yang mana penelitian ini dilaksanakan pada perusahaan percetakan dan penerbitan menara kudus. Dengan mendapatkan nilai dalam pengujian parsial yaitu t_{hitung} yaitu $1.439 < t_{tabel}$ dengan nilai 2,004, serta dengan nilai signifikansi dari variable media sosial yang terdapat pada tabel kolom sig bernilai $0,156 > 0,05$. Dengan hal demikian inilah H_0 di terima serta H_1 ditolak sehingga mendapatkan

jawaban pada variable media sosial tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat bersedekah pada karyawan percetakan dan penerbitan menara kudus. Didukung dengan adanya respon yang dihasilkan negative dari responden yang memberikan penilaian pada tiap item variable media sosial yang telah diberikan.

Penelitian ini menghasilkan pernyataan bahwa media sosial tidak memberikan kontribusi yang besar, dikarenakan kondisi pada karyawan itu sendiri yang sudah cukup berumur untuk tidak menggunakan media sosial sebagai perantara persebaran informasi yang cepat terhadap konten yang berhubungan dengan bersedekah. Serta ketidakpercayaan para karyawan terhadap media sosial terhadap konten bersedekah masih banyak, sehingga memunculkan sebuah stigma kuno yaitu bersedekah lewat media sosial lebih memiliki resiko tinggi dari bersedekah langsung kepada masjid-masjid.

Pernyataan ini didukung dengan penelitian terdahulu dari Tio Prasetyo⁵ dengan judul “Analisis Penggunaan Media Sosial, Motivasi Intrinsik Dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa” hasil dari penelitian tersebut dapat menunjukkan bahwa pada variable media sosial tidak memberi pengaruh signifikan dalam meningkatkan minat kewirausahaan dikarenakan penggunaan media sosial yang rendah akan membuat minat berwirausaha rendah. Selain itu penelitian ini juga selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh tatang turhamun⁶ dengan judul “Pengaruh Religiusitas, Pendapatan, Dan Media Sosial Terhadap Keputusan Membayar Zakat” hasil dari penelitian tersebut mengungkapkan bahwa model penelitian dengan variable media sosial tidak terlalu berpengaruh dalam keputusan membayar zakat.

⁵ Tio Prasetyo, “Analysis the Influence Use of Social Media, Intrinsic Motivation, and Entrepreneurship Knowledge on Student Entrepreneurial Interest,” *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents* 18, no. 1 (2020): 43.

⁶ Turhamun, “Pengaruh Religiusitas, Pendapatan Dan Media Sosial Terhadap Keputusan Membayar Zakat.”

2. Pengaruh Pengetahuan Terhadap Minat Bersedekah Pada Karyawan Percetakan dan Penerbitan Menara Kudus

Analisis hasil yang didapatkan dari penelitian ini menunjukkan bahwasanya pada variable media sosial mendapatkan pengaruh positif dengan kata lain berpengaruh secara signifikan terhadap minat bersedekah pada karyawan yang mana penelitian ini dilaksanakan pada Perusahaan Percetakan Dan Penerbitan Menara Kudus. Dengan mendapatkan nilai dalam pengujian parsial yaitu t_{hitung} yaitu $2.654 > t_{tabel}$ dengan nilai $2,004$, serta dengan nilai signifikansi dari variable pengetahuan yang terdapat pada tabel kolom sig bernilai $0,010 < 0,05$. Dengan hal demikian inilah H_3 di terima serta H_0 ditolak sehingga mendapatkan jawaban pada variable Pengetahuan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat bersedekah pada karyawan Percetakan Dan Penerbitan Menara Kudus. Didukung dengan adanya respon yang dihasilkan positif dari responden yang memberikan penilaian pada tiap item variable pengetahuan yang telah diberikan.

Penelitian ini menghasilkan pernyataan bahwa pengetahuan memberikan kontribusi yang besar sebagai pengaruh minat bersedekah, dikarenakan jawaban yang diberikan karyawan sebagai responden memiliki rata-rata riwayat pendidikan yaitu tamatan SMA/SLTA sehingga pengetahuan mengenai bersedekah yang di dapatkan dari sekolah dapat menjadikan pedoman hidup untuk karakter para karyawan dipercetakan menara kudus. Tidak hanya pembelajaran melalui SMA sebagian kecil dari karyawan juga menempuh pendidikan melalui pesantren sehingga pemahaman mengenai ibadah yang berhubungan dengan sedekah didapatkan lebih banyak.

Pernyataan ini didukung dengan penelitian terdahulu dari Risa Hari Yanti⁷ dengan judul “Pengaruh pengetahuan, Religiusitas, Dan Kepercayaan terhadap Minat Bayar Zakat, Infaq, Sedekah (ZIS) Di Tokopedia Salam” bahwa pengetahuan memiliki pengaruh signifikan dalam minat seseorang membayar zakat di Tokopedia. Penelitian ini juga

⁷ Risa Hari Yanti, “PENGARUH PENGETAHUAN, RELIGIUSITAS DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT BAYAR ZAKAT, INFAK, SEDEKAH (ZIS) DI TOKOPEDIA SALAM(Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang),” no. 8.5.2017 (2022): 2003–5, www.aging-us.com.

sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh De'nis Nasyiyatul Aisyiyah⁸ dengan judul penelitian “Analisis Pengetahuan Dan Pengeluaran Terhadap Minat Bersedekah Masyarakat Dimasa Pandemic Covid Pada BAZNAS Provinsi DKI Jakarta” hasil dari penelitian tersebut adalah dalam peningkatan minat bersedekah dilatarbelakangi oleh tingkat pengetahuan yang tinggi dari masyarakat DKI Jakarta.

3. Pengaruh Altruisme Terhadap Minat Bersedekah Pada Karyawan Percetakan dan Penerbitan Menara Kudus

Analisis hasil yang didapatkan dari penelitian ini menunjukkan bahwasanya pada variable altruisme mendapatkan pengaruh positif dengan kata lain berpengaruh secara signifikan terhadap minat bersedekah pada karyawan yang mana penelitian ini dilaksanakan pada Perusahaan Percetakan dan Penerbitan Menara Kudus. Dengan mendapatkan nilai dalam pengujian parsial yaitu t_{hitung} yaitu $3.545 > t_{tabel}$ dengan nilai 2,004, serta dengan nilai signifikansi dari variable altruisme yang terdapat pada tabel kolom sig bernilai $0,001 < 0,05$. Dengan hal demikian inilah H_3 di terima serta H_0 ditolak sehingga mendapatkan jawaban pada variable altruisme tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat bersedekah pada karyawan Percetakan dan Penerbitan Menara Kudus. Didukung dengan adanya respon yang dihasilkan positif dari responden yang memberikan penilaian pada tiap item variable media sosial yang telah diberikan

Penelitian ini menghasilkan pernyataan bahwa altruisme memberikan kontribusi yang besar sebagai pengaruh minat bersedekah, dikarenakan pada nilai kuisioner yang didapatkan dari persebaran pada karyawan menunjukkan bahwa sikap altruisme menjadikan satu satunya variable dengan nilai tertinggi dalam penelitian, yang berarti nilai sosial pada karyawan percetakan menara kudus sangat tinggi didasari dengan rasa kemanusiaan yang sudah menjadi kodrat seorang manusia dalam menjalani kehidupan di dunia dengan saling tolong menolong pada sesamanya.

⁸ AISYIYAH, “Analisis Pengetahuan Dan Pengeluaran Terhadap Minat Bersedekah Masyarakat Dimasa Pandemic Covid Pada BAZNAS Provinsi DKI Jakarta.”

Pernyataan ini didukung dengan penelitian terdahulu dari Ahmad Fauzan Al Faqih,⁹ dengan judul penelitian “Pengaruh pendapatan, pendidikan, Media Informasi dan Altruisme Terhadap Minat Wakif Dalam Berwakaf Uang di Kecamatan Ciputat” hasil penelitian mengungkapkan bahwa altruisme memiliki pengaruh sangat positif terhadap minat wakif dengan berwakaf uang pada wasyarakat kecamatan ciputat. Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Era Pramukti Utami¹⁰ dengan judul penelitian yaitu “Pengaruh Relgiusitas, Perilaku Altruistik, Dan Literasi Terhadap Minat Berwakaf Uang Masyarakat Muslim Kabupaten Grobogan” hasil nya menunjukkan bahwa sikap altruistic atau yang dapat disebut dengan sikap altruisme berpengaruh sangat tinggi terhadap minat berwakaf uang.



⁹ Faqih, “Pengaruh Pendapatan, Pendidikan, Media Informasi Dan Altruisme Terhadap Minat Wakif Dalam Berwakaf Uang Di Kecamatan Ciputat.”

¹⁰ Utami, “Pengaruh Religiusitas, Perilaku Altruistik Dan Literasi Terhadap Minat Berwakaf Uang Masyarakat Muslim Kabupaten Grobogan.”