

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MASYARAKAT  
MENABUNG DI BANK ACEH**

**(Studi Kasus Masyarakat Kabupaten Gayo Lues)**

**SKRIPSI**

**Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Sebagai Salah Satu  
Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)**



**Oleh:**

**FATIMAH**

**4012015052**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)**

**LANGSA**

**1441 H / 2020 M**

## PENGESAHAN

Skripsi berjudul “FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MASYARAKAT MENABUNG DI BANK ACEH (Studi Kasus Masyarakat Kabupaten Gayo Lues)” atas nama Fatimah, NIM 4012015052 Program Studi Perbankan Syariah telah dimunaqasyahkan dalam Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa pada tanggal 04 Maret 2020. Skripsi ini telah diterima untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Program Studi Perbankan Syariah.

Langsa, 04 Maret 2020

Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi

Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Institut Agama Islam Negeri Langsa

Penguji I

(Abdul Hamid, MA)

NIP.19730731 20081 1 007

Penguji II

(Mastura, M.E. I)

NIP. 19900924 201801 2 002

Penguji III

(Dr. Early Ridho Kismawadi, MA)

NIDN. 2011118901

Penguji IV

(Nurjanah M. Ek)

NIP. 19880626 201908 2 001

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

IAIN Langsa



(DR. Iskandar, MCL)

NIP. 19650616 1995031 002

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Fatimah

Nim : 4012015052

Tempat/Tgl. Lahir : Pining, 02 Februari 1996

Jurusan/Prodi : Perbankan Syariah (PBS)

Fakultas/Program : Ekonomi dan Bisnis Islam

Alamat : Kampung Pasir Putih, kec. Pining, kab. Gayo Lues

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul “**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MASYARAKAT MENABUNG DI BANK ACEH (Studi Kasus Masyarakat Kabupaten Gayo Lues)**” benar karya asli saya, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Apabila terdapat kesalahan dan kekeliruan didalamnya, sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Langsa, 25 Januari 2020



Yang Menyatakan

**Fatimah**

**NIM. 4012015052**

**PERSETUJUAN**

Skripsi Berjudul:

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MASYARAKAT  
MENABUNG DI BANK ACEH (Studi Kasus Masyarakat Kabupaten Gayo**

**Lues)**

Oleh :

Fatimah

NIM. 4012015052

Dapat Disetujui Sebagai Salah Satu Persyaratan

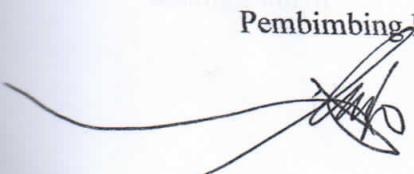
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)

Pada Program Studi Perbankan Syariah

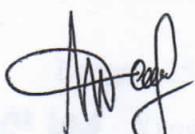
Langsa, 28 Januari 2020

Pembimbing I

5/20

  
**Dr. Safwan Kamal, M.E.I**  
NIDN. 2018059002

Pembimbing II

  
**Muhammad Ikhwani, M.Sh**  
NIP. 19890525 201801 1 002

Menyetujui,

Ketua Jurusan Perbankan Syariah

  
**Dr. Early Ridho Kismawadi, MA**  
NIDN. 2011118901

## MOTTO

*“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”  
(Al-Baqarah: 286)*

*“Sebaik-baik manusia adalah yang paling bermanfaat bagi manusia”  
(Al-hadist)*

*“Teruslah berjuang dan berdo'a Allah akan selalu ada”  
(Penulis)*

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

- Orang tua saya
- Keluarga dan Para Sahabat

## ABSTRAK

Pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana pengaruh dari faktor pengetahuan, , promosi dan lokasi terhadap minat masyarakat menabung di Bank Aceh. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana faktor-faktor tersebut berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap minat masyarakat menabung di Bank Aceh. Data yang diperoleh berasal dari responden yaitu masyarakat kecamatan Blangkejeren dan kecamatan Pining kabupaten Gayo Lues, teknik yang digunakan adalah *purposive sampling* sebanyak 100 orang, metode penelitian adalah metode kuantitatif dengan survei dan menyebarkan angket/kuisiun sebagai teknik pengumpulan data. Alat analisis yang digunakan adalah dengan metode asumsi klasik menggunakan analisis regresi linier berganda, uji t atau uji parsial, uji F atau uji simultan dan koefisiensi determinasi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa berdasarkan uji F faktor pengetahuan, promosi dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat menabung di Bank Aceh. Dan berdasarkan uji t faktor pengetahuan, promosi dan lokasi berpengaruh positif signifikan terhadap terhadap minat menabung masyarakat hal ini dikarenakan Bank Syariah berada di lokasi yang mudah dijangkau dan memudahkan masyarakat untuk melakukan transaksi di Bank Aceh tersebut, promosi yang bagus yang dilakukan oleh Bank Aceh dapat menarik minat masyarakat menabung di Bank Aceh begitu pula dengan pengetahuan masyarakat yang menjadikan minat masyarakat semakin tinggi untuk menabung di Bank Aceh.

**Kata kunci: Pengetahuan, lokasi, promosi, minat**

## ABSTRACT

The main problem in this research is how the influence of knowledge, promotion, and location factors on the community's interest in saving at Bank Aceh. The purpose of this study is to determine how these factors have a partial and simultaneous influence on people's interest in saving at Bank Aceh. The data obtained came from respondents, namely Blangkejeren and Pining sub-districts, Gayo Lues district, the technique used was purposive sampling of 100 people, the research method was a quantitative method by surveying and distributing questionnaires as data collection techniques. The analytical tool used is the classical assumption method using multiple linear regression analysis, t test or partial test, F test or simultaneous test and coefficient of determination. The results of this study indicate that based on the F test the knowledge, promotion and location factors have a positive and significant effect on people's interest in saving at Bank Aceh. And based on the t-test, knowledge, promotion and location factors have a significant positive effect on people's interest in saving, this is because the Sharia Bank is in an easily accessible location and makes it easy for the public to make transactions at Bank Aceh, good promotions conducted by Bank Aceh can attract interest people save at Bank Aceh as well as public knowledge that makes the community's interest to save more at Bank Aceh.

**Keywords: Knowledge, location, promotion, interests**

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT, atas segala rahmat dan karunia yang telah dilimpahkan, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Tidak lupa pula shalawat berangkaikan salam kita hadiahkan kepada baginda Rasulullah SAW, semoga penulis serta pembaca selalu berada dalam naungan syafaatnya hingga akhir zaman nanti. Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana (S1) pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Langsa, dengan judul skripsi **“FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MASYARAKAT MENABUNG DI BANK ACEH (Studi Kasus Masyarakat Kabupaten Gayo Lues)”**.

Dalam proses penulisan skripsi ini sampai dengan terselesaikannya, tentunya banyak sekali pihak yang berkontribusi di dalamnya. Maka dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada berbagai pihak diantaranya:

1. Ayahanda tercinta Alm. M Saleh dan Ibunda tercinta Nur atas segala do'a dan dukungannya serta pengorbanan baik moral maupun material yang telah diberikan.
2. Bapak Dr. H. Basri Ibrahim, MA selaku Rektor IAIN Langsa.
3. Bapak Dr. Iskandar Budiman, MCL selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Bapak Muhammad Dayyan, M.Ec selaku Penasehat Akademik yang telah memberikan nasihat dan masukan
5. Bapak Dr. Early Ridho Kismawadi, MA selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah.
6. Bapak Dr. Safwan Kamal, M.E.I selaku dosen pembimbing pertama dalam penulisan skripsi ini.
7. Bapak Muhammad Ikhwan, M.Sh selaku dosen pembimbing kedua dalam penulisan skripsi ini.

8. Seluruh dosen dan segenap staf IAIN Langsa.
9. Abang, kakak dan adik-adik tercinta yang telah banyak memberi semangat dan motivasi atas terselesainya skripsi ini.
10. Sahabat-sahabat saya Ayu, Anisa, Alfira, Echa, Evilia, Septian dan Sauri yang telah memberikan semangat dan memotivasi satu sama lain dalam proses penyelesaian skripsi ini.
11. Teman-teman seperjuangan dan seangkatan Mahasiswa Perbankan Syariah FEBI IAIN Langsa yang ikut membantu dan memberikan dukungan serta masukan dalam penyelesaian skripsi ini baik secara langsung maupun tidak langsung.

Semoga kebaikan kalian semua dibalas oleh Allah SWT. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman. Oleh karena itu kritik dan saran sangat diharapkan. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat digunakan sebagai tambahan informasi dan wacana bagi semua pihak yang membutuhkan.

Langsa, 25 Januari 2020

Peneliti

Fatimah  
Nim. 4012015051

## TRANSLITERASI

### 1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lain lagi dengan huruf dan tanda sekaligus. Di bawah ini daftar huruf Arab itu dan transliterasinya dengan huruf latin :

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak Dilambangkan	Tidak Dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	Ṣ	Es (dengan titik diatas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	Ḥ	Ha (dengan titik dibawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan Ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Ẓ	Zet (dengan titik diatas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan Ye
ص	Sad	Ṣ	Es (dengan titik dibawah)
ض	Dad	Ḍ	De (dengan titik dibawah)
ط	Ta	Ṭ	Te (dengan titik dibaah)

ظ	Za	Ẓ	Zet (dengan titik dibawah)
ع	‘Ain	‘	Koma terbalik (diatas)
غ	Gain	G	Ge
فا	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	’	Apostrop
ي	Ya	Y	Ye

## 2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari:

### a. Vokal Tunggal (monoftong)

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
َ	Fathah	A	a
ِ	Kasrah	I	i
ُ	Dammah	U	u

### b. Vokal Rangkap (diftong)

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berpagabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Gabungan Huruf	Nama
يَ	fathah dan ya	ai	a dan i
وُ	fathah dan wau	au	a dan u

Contoh:

Kataba	=	كَتَبَ
Fa'ala	=	فَعَلَ
Yazhabu	=	يَذْهَبُ
Suila	=	سُئِلَ
Kaifa	=	كَيْفَ
Haula	=	هَوَّلَ

### 3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harakat dan Harakat	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
اَ / آ	fathah dan alif	Ā	A dan garis di atas
إِ	kasrah dan ya	Ī	I dan garis di atas
أُ	dammah dan wau	Ū	U dan garis di atas

Contoh:

Qāla	=	قَالَ
Ramā	=	رَمَى
Qīla	=	قِيلَ
Yaqūlu	=	يَقُولُ

### 4. Ta Marbutah

Transliterasi ta marbutah ada dua:

#### a. Ta marbutah hidup

Ta marbutah yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah /t/.

#### b. Ta marbutah mati

Ta marbutah yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah /h/.

#### c. Kalau pada kata yang terakhir dengan ta marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang **al** serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta marbutah itu ditransliterasikan dengan **ha (h)**.

Contoh:

Rauḍah al-Aṭfal	=	رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ
Rauḍhatul aṭfal		
al-Madīnah al-Munawwarah	=	الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ
al-Madīnatul-Munawwarah		
Talḥah	=	طَلْحَةَ

## 5. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

Rabbana	=	رَبَّنَا
Nazzala	=	نَزَّلَ
al-Birr	=	الْبِرُّ
al-Ḥajj	=	الْحَجُّ

## 6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah dan kata sandang yang diikuti huruf qamariah.

### a. Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /ج/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

### b. Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah.

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah ditransliterasikan sesuai aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Contoh:

ar-Rajulu	=	الرَّجُلُ
as-Sayyidatu	=	السَّيِّدَةُ
asy-Syamsu	=	الشَّمْسُ
al-Qalamu	=	القَلَمُ
al-Badī'u	=	البَدِيعُ

## 7. Hamzah

Dinyatakan di depan bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrop. Namun, itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Bila hamzah itu terletak di awal kata, ia dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

Ta'khuzūna	=	تَأْخُذُونَ
an-Nau'	=	النَّوْءُ
Syai'un	=	شَيْءٌ
Inna	=	إِنَّ
Akala	=	أَكَلَ

## 8. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il*, *isim* maupun *harf* ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan sehingga dalam transliterasi, penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

	وَأِنَّا لِلَّهِ وَأَنَّا لَهُ خَيْرُ الرَّازِقِينَ
Wa innalāha lahuwa khair ar-rāziqīn	
Wa innalāha lahuwa khairurrāziqīn	
	فَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ
Fa aufu al-kaila wa al-mīzān	
Fa auful- kaila wa-mīzān	
	إِبْرَاهِيمَ الْخَلِيلِ
Ibrāhīm al-Khalīl	
Ibrāhīm al-Khalīl	
	بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَمُرْسَاهَا
Bismillāhi majrehā wa mursāhā	
	وَاللَّهُ عَلَى النَّاسِ حَاسِبٌ نَبِيًّا سَتَطَّاعًا عَلَيْهِمْ سَبِيلًا
Walillāhi 'alan-nāsi ḥijju al-baiti manistatā'a ilaihi sabīlā	
Walillāhi 'alan-nāsi ḥijjul-baiti manistatā'a ilaihi sabīlā	

## 9. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya: huruf kapital digunakan untuk

menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama dari itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

	وَمَا مُحَمَّدٌ إِلَّا رَسُولٌ
Wa mā Muhammadun illa rasūl	
	إِنَّ أَوَّلَ بَيْتٍ وُضِعَ لِلنَّاسِ لَلَّذِي بِبَكَّةَ مُبَارَكًا
Inna awwala baitin wudi'a linnāsi lallazī biBakkata mubārakan	
	شَهْرُ رَمَضَانَ الَّذِي أُنزِلَ فِيهِ الْقُرْآنُ
Syahru Ramadān al-lazī unzila fih al-Qur'an	
Syahru Ramadanal-lazī unzila fihil-Qur'an	
	وَلَقَدْ رَأَاهُ بِالْأَفُقِ الْمُبِينِ
Wa laqad raāhu bi al-ufuq al-mubīn	
Wa laqad raāhu bil-ufuqil-mubīn	
	الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ
Alhamdu lillāhi rabb al-‘ālamīn	
Alhamdu lillāhi rabbil-‘ālamīn	

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arab-nya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harkat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

	نَصْرٌ مِنَ اللَّهِ وَفَتْحٌ قَرِيبٌ
Naṣrun minallāhi wa fathun qarīb	
	بِاللَّهِ الْأَمْرُ جَمِيعًا
Lillāhi al-amru jamī'an	
Lillāhil-amru jamī'an	
	وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ
Wallāhu bikulli syaiin 'alīm	

## 10. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

## DAFTAR ISI

<b>PENGESAHAN .....</b>	<b>.....</b>
<b>PESETUJUAN.....</b>	<b>i</b>
<b>SURAT PERNYATAAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>vi</b>
<b>TRANSLITERASI .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xviii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Penjelasan Istilah .....	8
1.5 Kegunaan Penelitian .....	9
1.6 Sistematika Penulisan .....	9
<b>BAB II KAJIAN TEORITIS .....</b>	<b>11</b>
2.1 Bank Syariah.....	11
2.2 Produk dan Jasa Bank Syariah .....	17
2.3 Tabungan Bank Syariah .....	24
2.4 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menabung di Bank Aceh .....	28
2.5 Penelitian Terdahulu .....	30
2.6 Kerangka Pemikiran Teoritis .....	34
2.7 Hipotesis Penelitian .....	35

<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>36</b>
3.1 Jenis Penelitian.....	36
3.2 Sumber Data.....	36
3.3 Ruang Lingkup dan Lokasi Penelitian .....	37
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.5 Populasi dan Sampel .....	38
3.6 Instrumen Penelitian.....	39
3.7 Defenisi Operasional Variabel .....	40
3.8 Teknik Analisis Data.....	41
3.8.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas .....	41
3.8.2 Uji Normalitas.....	42
3.8.3 Uji Asumsi Klasik .....	43
3.8.4 Analisis Regresi Linear Berganda .....	44
3.8.5 Uji Hipotesis.....	44
3.9 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	46
 <b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	 <b>47</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	47
4.2 Bank Aceh .....	49
4.3 Pengujian Instrumen .....	53
4.3.1 Uji Validitas Data .....	53
4.3.2 Uji Reliabilitas .....	54
4.3.3 Uji Normalitas Data .....	55
4.3.4 Uji Asumsi Klasik .....	56
4.3.5 Uji Regresi Linear Berganda .....	58
4.3.6 Pengujian Hipotesis.....	60
4.3.7 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	64
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian .....	65
 <b>BAB V PENUTUP .....</b>	 <b>68</b>
5.1 Kesimpulan .....	68

5.2 Saran .....	68
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>70</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>72</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>73</b>

**DAFTAR TABEL**

Tabel 2.1 PenelitianTerdahulu .....	31
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	40
Tabel 4.1 Jumlah Penduduk Kabupaten gayo Lues .....	49
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	53
Tabel 4.3 Tingkat Umur Responden .....	53
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas .....	54
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas .....	55
Tabel 4.6 Hasil Uji Multikolinearitas .....	57
Tabel 4.7 Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	59
Tabel 4.8 Hasil Uji t (Uji Parsial) .....	60
Tabel 4.9 Hasil Uji f (Uji Simultan) .....	63
Tabel 4.10 Hasil Uji Koefesien Determinasi R <sup>2</sup> .....	60

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1 Model Penelitian .....	34
Gambar 4.1 Grafik Normal P-P Plot .....	56
Gambar 4.2 Hasil Uji Heterokedastisitas .....	58

**DAFTAR LAMPIRAN**

Kuisisioner Penelitian .....	72
1. Hasil Jawaban Responden .....	75
2. Hasil Uji Validitas .....	80
3. Hasil Uji Realibilitas .....	82
4. Hasil Uji Asumsi Klasik .....	83
5. Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	85
6. Hasil Uji Hipotesis .....	86
7. Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	87

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. LATAR BELAKANG**

Di Indonesia, perbankan syariah telah muncul sejak diterbitkan Undang-Undang No.7 Tahun 1992 tentang Perbankan, yang selanjutnya akan membuka peluang kegiatan usaha perbankan yang memiliki landasan syariah (bagi hasil). Dengan rata-rata penduduk Indonesia yang mayoritas beragama Islam, peluang pangsa pasar bank syariah sangat besar dan mempunyai kesempatan yang besar untuk berkembang yang tentunya akan membuat iklim persaingan di dunia perbankan syariah semakin kompetitif dan ketat. Dengan kata lain bank syariah akan dituntut untuk mampu menarik minat masyarakat. Tingkat persaingan yang tinggi, serta konsumen yang makin selektif, mengharuskan perusahaan untuk memiliki suatu strategi untuk menarik minat konsumennya. Bank syariah harus mampu meningkatkan daya saing dan memberikan kepuasan kepada nasabah untuk menjaga loyalitas nasabahnya.<sup>1</sup>

Perbankan Syariah pertama kali didirikan oleh PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk pada tahun 1991 dan memulai kegiatan operasionalnya pada bulan Mei 1992. Pendirian bank diprakarsai oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI), Pemerintahan Indonesia, serta mendapat dukungan nyata dari eksponen Ikatan Cendekiawan Muslim se-Indonesia (ICMI) dan beberapa pengusaha Muslim. Selain itu, pendirian Bank Muamalat juga mendapat dukungan dari warga masyarakat yang dibuktikan dengan komitmen pembelian saham Perseroan senilai

---

<sup>1</sup> Zainuddin Ali, *Hukum Perbankan Syariah*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2010), h. 10

Rp84 miliar pada saat penandatanganan akta pendirian Perseroan. Selanjutnya, pada acara silaturahmi peringatan pendirian bank tersebut di istana Bogor, diperoleh tambahan komitmen dari warga masyarakat Jawa Barat yang turut menanam modal senilai Rp106 miliar.<sup>2</sup>

Berkembangnya bank-bank syariah di Negara Islam berpengaruh ke Indonesia. Pada awal periode 1980-an, diskusi mengenai perbankan syariah sebagai pilar ekonomi Islam mulai dilakukan. Perkembangan bank syariah pada era reformasi ditandai dengan disetujuinya undang-undang No.10 tahun 1998. Dalam undang-undang tersebut diatur dengan rinci landasan hukum serta jenis-jenis usaha yang dioperasikan dan diimplementasikan oleh bank syariah. Undang-undang tersebut juga memberikan arahan bagi bank-bank konvensional untuk membuat cabang syariah atau bahkan mengkonversi diri secara total menjadi bank syariah.<sup>3</sup>

Berdasarkan Undang-undang No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah tujuan penyaluran dana oleh Perbankan Syariah adalah menunjang pelaksanaan pembangunan, meningkatkan keadilan, kebersamaan, dan pemerataan kesejahteraan rakyat. Dari segi kelembagaan, ada dua jenis bank syariah, yaitu Bank Umum Syariah (BUS) dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS).<sup>4</sup>

Perkembangan perbankan syariah dalam menghadapi berbagai krisis dimaksud, cukup memadai. Hal ini dibuktikan dengan hampir tidak ditemukan permasalahan dalam penyaluran pembiayaan (*non performing loan*) pada

---

<sup>2</sup>*Ibid.*,h. 12

<sup>3</sup>Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syari'ah dari Teori ke Praktek*, ( Jakarta: Gema Insani, 2001), h. 26

<sup>4</sup>Wangsawidjaja Z, *Pembiayaan Bank Syariah*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2012), h. 1-2

perbankan syariah dan tidak terjadi *negatife spread* dalam kegiatan operasionalnya. Hal ini dapat dipahami mengingat tingkat pengembalian pada bank syariah tidak mengacu pada tingkat suku bunga dan pada akhirnya dapat menyediakan dana investasi dengan biaya modal yang relatif lebih rendah kepada warga masyarakat. Pengalaman sejarah bagi pengelola perbankan tersebut, telah memberikan harapan kepada warga masyarakat Islam khususnya dan umumnya masyarakat yang mendiami negara Republik Indonesia atas manfaat kehadiran sistem perbankan syariah sebagai alternatif pengganti bunga.<sup>5</sup>

Meskipun di Indonesia mayoritas masyarakatnya beragama Islam, namun bank syariah masih kalah jauh dengan bank konvensional. Hal ini dapat dilihat dari *market share* bank syariah yang hanya 6.08. Hal ini jauh berbeda dengan negara tetangga Malaysia dimana perbankan syariah memiliki *market share* sebesar 40-50%.<sup>6</sup>

Keberadaan Perbankan syariah di Indonesia bertujuan untuk memwadhahi penduduk di negara Indonesia yang hampir seluruh penduduknya beragama Islam. Seharusnya dengan adanya bank tersebut diharapkan tidak adanya kerancuan dalam proses bermuamalah bagi para pemeluk agama Islam, sehingga mereka terjaga dari keharaman bunga yang termasuk perbuatan riba akibat tidak adanya suatu wadah yang melayani mereka dalam bidang muamalah yang bersifat Islami. Namun nyatanya, dari 80% penduduk Indonesia yang beragama Islam tidak lebih dari 10% diantara mereka yang bertransaksi secara syar'i, lebih-lebih dalam hal perbankan. Sampai saat ini perbankan syariah di Indonesia belum mampu

---

<sup>5</sup>Zainuddin Ali, *Hukum Perbankan Syariah*...h. 16-17

<sup>6</sup><https://finance.detik.com> diakses tanggal, <http://infobanknews.com> diakses tanggal 21 Mei 2019

menunjukkan eksistensinya, banyak masyarakat yang tidak menaruh kepercayaan terhadap perbankan syariah.<sup>7</sup>

Perkembangan perbankan syariah yang masih kalah dengan bank konvensional tidak lepas dari beberapa kendala, di antaranya belum selarasnya visi dan kurangnya koordinasi antar pemerintah dan otoritas dalam pengembangan perbankan syariah, masih banyak perbankan syariah yang belum memiliki modal memadai, nilai pengembalian kepada nasabah atau yang pada bank konvensional disebut sebagai bunga simpanan cukup tinggi, produk yang tidak variatif, pelayanan yang belum sesuai ekspektasi masyarakat, jumlah dan kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) yang belum memadai, teknologi informasi kurang mendukung pengembangan produk dan layanan, pemahaman dan kesadaran masyarakat yang masih rendah terhadap bank syariah. Hal ini menjadi tantangan tersendiri dari perbankan syariah untuk berkembang.<sup>8</sup>

Kabupaten Gayo Lues adalah salah satu kabupaten di provinsi Aceh, Indonesia dan merupakan hasil pemekaran dari kabupaten Aceh Tenggara dengan dasar hukum UU No.4 tahun 2002 pada tanggal 10 April 2002. Kabupaten ini berada di gugusan pegunungan Bukit Barisan. Kabupaten ini merupakan kabupaten yang paling terisolasi di Aceh.<sup>9</sup> Untuk daerah Gayo Lues sendiri, pertumbuhan perbankan syariah hingga saat ini masih melambat. Penyebab utama melambatnya pertumbuhan dari Bank Syariah tersebut adalah lokasi dari Bank

---

<sup>7</sup>Gusmail Emmang, *"Faktor-faktor yang Berpengaruh Terhadap Kurangnya Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah"* ( Skripsi, Universitas Islam Negeri Alaudin Makassar, 2016, h. 6

<sup>8</sup> Faradilla Novita Asri, *"Analisis Faktor Pertimbangan Dan Pengetahuan Masyarakat Surakarta Terhadap Minat Menabung Di Bank Syari'ah Mandiri"* ( Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Surakarta, 2017) ,h. 4-5

<sup>9</sup><http://www.bappeda.gayolueskab.go.id> diakses pada tanggal 21 juni 2019

Syariah itu sendiri. Lokasi menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi masyarakat dikarenakan oleh kedekatan tempat tinggal masyarakat dengan lokasi bank dan lokasi yang mudah dijangkau oleh masyarakat. Berdasarkan data yang dikeluarkan Bank Aceh Syariah sampai dengan Desember 2018, Bank Aceh telah memiliki 172 jaringan kantor terdiri dari 1 Kantor Pusat, 1 Kantor Cabang, 88 Kantor Cabang Pembantu, 27 Kantor Kas, 12 mobil Kas Keliling tersebar dalam wilayah Provinsi Aceh termasuk di kota Medan, dan 18 Payment Point. Bank juga melakukan penataan kembali lokasi kantor sesuai dengan kebutuhan. Dan di Gayo Lues terdapat 1 Kantor Cabang, 1 Kantor Cabang Pembantu, 1 Payment Point dan 1 unit Mobil Pelayanan Kas.<sup>10</sup>

Seharusnya di zaman yang modern dan canggih ini masyarakat dapat bertransaksi dalam hal apa pun termasuk transaksi perbankan dengan efektif dan efisien dengan berbasis syariah tapi nyatanya masih banyak masyarakat muslim kabupaten Gayo Lues yang belum bisa merasakan kemudahan tersebut, ini disebabkan oleh kurangnya pengetahuan tentang perbankan syariah tersebut. Pemahaman dan pengetahuan masyarakat tentang bank syariah juga akan mempengaruhi pandangan masyarakat mengenai bank syariah itu sendiri. Secara mudahnya, pandangan masyarakat terhadap bank syariah tergantung dengan apa yang mereka ketahui. Pernyataan ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Gusmail Emmang bahwa pengetahuan, pelayanan, lokasi dan produk berpengaruh signifikan dan positif terhadap kurangnya minat masyarakat

---

<sup>10</sup><http://www.bankaceh.co.id> diakses Sabtu 02 Maret 2019 pukul 21:34

menabung di bank syariah.<sup>11</sup> Pengetahuan masyarakat juga memberi dampak terhadap minat masyarakat untuk menabung di bank syariah.

Selain itu *Promotion* (promosi) merupakan kegiatan yang sangat penting karena tanpa promosi masyarakat tidak dapat mengenal bank dan produknya maka promosi adalah sarana yang paling ampuh untuk menarik calon nasabah yang baru dan mempertahankan nasabah yang lama. Fungsi promosi adalah selain menginformasikan produk dan jasa juga berfungsi mengingatkan nasabah akan produk yang dimilikinya.<sup>12</sup> Promosi juga termasuk faktor yang dapat meningkatkan minat masyarakat untuk menabung pada bank syariah. Berkaitan tentang bank syariah berdasarkan pengamatan peneliti terhadap masyarakat kabupaten Gayo Lues menemukan bahwa masyarakat mempunyai anggapan yang berbeda terhadap minat mereka untuk menabung jika dikaitkan dengan tiga faktor yaitu faktor lokasi, promosi dan pengetahuan dari hal tersebut (faktor lokasi, promosi dan pengetahuan) masyarakat cenderung dipengaruhi oleh faktor pengetahuan dibandingkan dengan faktor promosi dan lokasi.<sup>13</sup>

Berdasarkan uraian di atas bahwa masyarakat kabupaten Gayo Lues ada yang sudah menjadi nasabah bank syariah. Namun lokasi bank yang strategis, promosi yang dilakukan bank syariah dan pengetahuan yang dimiliki masyarakat sangat penting dalam memudahkan masyarakat untuk melakukan transaksi di bank syariah. Maka peneliti tertarik untuk meneliti faktorpengetahuanpromosi dan lokasi, sebagai faktor-faktor yang

---

<sup>11</sup>Gusmail Emmang, "*Faktor-faktor yang Berpengaruh Terhadap Kurangnya Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah*".....h. 88

<sup>12</sup>Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2007), h. 164

<sup>13</sup>Hasil dari observasi peneliti terhadap masyarakat kabupaten Gayo Lues

mempengaruhi keputusan masyarakat, menjadi sebuah keputusan untuk menabung di bank syariah dengan judul skripsi “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menabung di Bank Aceh (Studi Kasus Masyarakat Kabupaten Gayo Lues)”

### **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas maka permasalahan yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengetahuan mempengaruhi minat masyarakat menabung di Bank Aceh?
2. Bagaimana promosi mempengaruhi minat masyarakat menabung di Bank Aceh?
3. Bagaimana lokasi mempengaruhi minat masyarakat menabung di Bank Aceh?
4. Bagaimana pengetahuan, promosi dan lokasi mempengaruhi minat masyarakat menabung di Bank Aceh?

### **1.3 Tujuan penelitian**

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Pengetahuan terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Promosi terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Lokasi terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah.

4. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh pengetahuan, promosi dan lokasi, terhadap minat masyarakat menabung di Bank Aceh.

#### 1.4 Penjelasan Istilah

1. Pengetahuan adalah sebagai hasil keingintahuan, segala perbuatan atau usaha manusia untuk memahami objek yang dihadapinya.<sup>14</sup>
2. Promosi bank adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabahnya.<sup>15</sup>
3. Lokasi bank adalah dimana tempat diperjualbelikannya produk dan jasa, seperti produk cabang bank dan pusat pengendalian perbankan.<sup>16</sup>
4. Minat adalah kecenderungan yang agak menetap untuk tertarik pada bidang-bidang tertentu dan merasa senang berkecimpung dalam bidang itu.<sup>17</sup>
5. Bank Syariah adalah Bank yang menjalankan usaha/operasionalnya berdasarkan syariat islam yang tidak mengenal adanya istilah riba atau bunga.<sup>18</sup>

---

<sup>14</sup>I Made Wirartha, *Metodelogi Penelitian Sosial Ekonomi*, Ed I, Yogyakarta: ANDI, 2006. 11

<sup>15</sup>*Ibid.*,h. 155

<sup>16</sup>*Ibid.*, h. 145

<sup>17</sup>Nur Jannah, "*Pengaruh Pengetahuan Mahasiswa Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menjadi Nasabah* (Studi Kasus pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi Islam IAIN Walisongo) (Skripsi, IAIN Walisongo, 2014), h. 58

<sup>18</sup>Maryanto Supriyono, *Buku Pintar Perbankan*, (Yogyakarta: CV ANDI, 2011).h. 12

## **1.5 Kegunaan Penelitian**

### **1. Bagi peneliti**

Hasil penelitian ini akan menambah wawasan peneliti tentang bagaimana pengaruh faktor pengetahuan, lokasi, promosi sehingga masyarakat belum memilih menabung di bank syariah.

### **2. Bagi Bank Syariah**

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memotivasi para bankir untuk menjalankan strategi pemasaran bank yang baik, seperti memilih lokasi yang baik dan strategis, melakukan promosi yang menarik perhatian calon nasabah dan memberi pengetahuan yang baik kepada masyarakat agar bank syariah semakin banyak dikenal masyarakat luas.

### **3. Bagi Masyarakat**

Diharapkan penelitian ini akan menambah wawasan, pengetahuan dan minat masyarakat untuk menjadi nasabah bank syariah karena mengutamakan prinsip keadilan dan kemashlahatan. Serta ikut berpartisipasi dalam memajukan perbankan syariah di Indonesia.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

Sistematika pembahasan dalam penelitian ini terbagi menjadi 5 (lima) bab yang terdiri dari:

Bab pertama adalah bab pendahuluan yaitu mencakup latar belakang, perumusan masalah, penjelasan istilah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika pembahasan.

Bab kedua adalah bab kajian teoritis yaitu bab yang menjelaskan tentang landasan teori dan penelitian terdahulu, model penelitian serta hipotesis penelitian.

Bab ketiga merupakan bab metodologi penelitian. Bab ini menjelaskan tentang jenis penelitian, data, sumber dan teknik pengumpulan data yang digunakan serta variabel operasional dan metode analisis.

Bab keempat adalah bab hasil dan pembahasan yang berisi deskripsi objek penelitian dan analisis data serta pembahasan hasil penelitian.

Bab kelima adalah bab penutup, yang berisi kesimpulan terhadap hasil penelitian dan rekomendasi dari temuan-temuan yang didapat dalam penelitian hingga diharapkan dapat memberikan manfaat dan masukan terhadap perbankan syariah.

## BAB II

### KAJIAN TEORITIS

#### 2.1. Bank Syariah

##### 2.1.1. Pengertian Bank syariah

Bank Syariah terdiri atas dua kata, yaitu bank dan syariah. Kata bank bermakna suatu lembaga keuangan yang berfungsi sebagai perantara antara dua pihak, yaitu pihak yang berlebihan dana dan pihak yang kekurangan dana. Kata syariah dalam versi bank syariah di Indonesia adalah aturan perjanjian berdasarkan kegiatan yang dilakukan sesuai dengan hukum Islam.<sup>19</sup>

Menurut UU No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah dan penjelasannya adalah sebagai berikut:

- 1) Perbankan Syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah (UUS), mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya (Pasal 1 No.1 UU Perbankan Syariah).
- 2) Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit/pembiayaan dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat (Pasal 1 No.2 UU Perbankan Syariah).
- 3) Bank Syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (Pasal 1 No. 7 UU Perbankan Syariah).
- 4) Bank Umum Syariah adalah Bank Syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran (Pasal 1 No. 8 UU Perbankan Syariah).
- 5) Bank Pembiayaan Rakyat Syariah adalah Bank Syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran (Pasal 1 No. 9 UU Perbankan Syariah).<sup>20</sup>

---

<sup>19</sup>Zainuddin Ali, *Hukum Perbankan Syariah*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2010), h. 19

<sup>20</sup>Zubairi Hasan, *Undang-undang Perbankan Syariah: Titik Temu Hukum Islam dan Hukum Nasional*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2009), h. 260-261

Pengertian bank syariah menurut Sudarsonoyaitu suatu lembaga yang usaha pokoknya memberikan kredit atau pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip-prinsip syariah.<sup>21</sup> Sedangkan defenisi bank syariah menurut Ascaryayaitu bank dengan pola bagi hasil yang merupakan landasan utama dalam segala operasinya, baik dalam pendanaan, pembiayaan, maupun dalam produk-produk lainnya.<sup>22</sup>

### **2.1.2. Sejarah Terbentuknya Bank Syariah di Indonesia**

Kelahiran perbankan syariah sejak awal dilandasi oleh dua gerakan *renaissance* Islam modern yaitu *neorevivalis* dan modernis. Tujuan utama dari pendirian lembaga keuangan berlandaskan etika Islam ini adalah tiada lain sebagai upaya kaum muslimin untuk mendasari segenap aspek kehidupan ekonominya berdasarkan Al-Qur'an dan hadist. Islam tidak hanya mengatur urusan ibadah tetapi juga mengatur segala aspek muamalah manusia terutama yang berkaitan dengan masalah ekonomi. Oleh karena itu, untuk menjalankan kegiatan perekonomian yang berkaitan dengan perbankan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariat Islam maka tentu dibutuhkan suatu lembaga perbankan yang beroperasi dengan prinsip-prinsip tersebut, yakni perbankan syariah sebagai tempat menabung dan bertransaksi masalah keuangan.<sup>23</sup>

Keberadaan bank syariah bukan persoalan yang baru tetapi jika kita melihat dali-dalil maka akan terlihat bahwa keberadaan bank syariah memang

---

<sup>21</sup>Heri Sudarsono, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Yogyakarta: Ekonisia, 2007), h. 13

<sup>22</sup>Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah*, edisi. 1 cet. 4, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), h. 5

<sup>23</sup>Andri Soemitra, *Bank dan lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2009), h. 63

sangat dibutuhkan karena adanya perintah ataupun anjuran dalam islam untuk menabung sebagaimana firman Allah Swt. dalam Al-Qur'an surah Al-Hasyr 59:18

ط
خ
 يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَلْتَنْظُرْ نَفْسٌ مَّا قَدَّمَتْ لِغَدٍ  
 إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

Artinya:

“Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan hendaklah setiap diri memperhatikan apa yang Telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat); dan bertakwalah kepada Allah, Sesungguhnya Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan.”<sup>24</sup>

Ayat ini membahas tentang usaha yang harus dipertimbangkan oleh umat Islam untuk memperoleh manfaat di masa yang akan datang. Kata hari esok yang dimaksud dalam ayat ini bukan saja terkait kehidupan akhirat, tetapi juga kehidupan dunia atau di masa yang akan datang. Investasi akhirat dan dunia nampaknya menjadi suatu hal yang wajib bagi orang yang beriman kepada Allah dengan selalu taqwa kepada-Nya. Takwa dalam konteks ini dapat diartikan melindungi diri dari hal-hal yang mengganggu atau merusak kehidupan di masa mendatang. Karena itu, untuk mengatasinya seseorang harus mempersiapkan diri sebaik mungkin melalui berinvestasi.<sup>25</sup>

Berkaitan dengan hal ini yakni dalam melakukan kegiatan aktivitas ekonomi seperti investasi/menabung, dan pembentukan bank syariah, hendaknya menjadi suatu prioritas dalam kehidupan di dunia karena kita tidak pernah tahu

---

<sup>24</sup>Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Pena Pundi Aksara, 2002), h. 549

<sup>25</sup>Dede Rodin, *Tafsir Ayat Ekonomi*, (Semarang: Karya Abadi Jaya, 2015), h 176

apa yang akan terjadi esok hari. Oleh karena itu kita harus selalu memperhatikan tentang apa yang telah kita lakukan baik itu kemarin maupun saat itu sebagai investasi bagi masa depan kita. Baik itu investasi yang berhubungan dengan kehidupan akhirat kita maupun investasi yang berhubungan dengan kehidupan dunia kita. Jika kita melihat sejarah perkembangan Islam maka kita akan menemukan bahwa praktik-praktik kegiatan perbankan sudah ada pada zaman Rasulullah, meskipun secara kelembagaan belum seperti yang kita kenal sekarang. Tetapi secara prinsip dan operasionalnya sudah ada.<sup>26</sup>

Usaha pertama untuk mendirikan bank syariah tanpa bunga pertama kali dilakukan di Malaysia pada pertengahan tahun 1940-an, namun usaha tersebut tidak sukses. Kemudian usaha berikutnya dilakukan di Pakistan pada akhir 1950-an yaitu dengan pendirian suatu lembaga perkreditan tanpa bunga di pedesaan. Rintisan institusional lainnya adalah *Islamic Rural Bank* di desa Mit Ghamar pada tahun 1963 di kaero, Mesir.<sup>27</sup> Pendirian bank ini cukup sukses pada waktu itu dan mendapat sambutan yang cukup hangat di Mesir, terutama dari kalangan petani dan masyarakat pedesaan. Namun karena terjadi kekacauan politik di Mesir, Mit Ghamar mulai mengalami kemunduran, sehingga operasionalnya diambil alih oleh *National Bank of Egypt* dan bank sentral Mesir pada tahun 1967. Pengambilalihan ini menyebabkan prinsip nir-bunga pada Mit Ghamar ditinggalkan, sehingga bank ini kembali beroperasi berdasarkan bunga. Pada tahun 1971 konsep nir-bunga kembali dibangkitkan pada masa rezim Sadat melalui pendirian *Nasser Social Bank*. Tujuan bank ini adalah untuk menjalankan

---

<sup>26</sup>*Ibid.*, h. 178

<sup>27</sup>Irwan Misbach, *Bank Syariah: Kualitas Layanan, Kepuasan dan Kepercayaan*, cetakan I, (Makassar: Alauddin Press, 2013), h. 25

kembali bisnis yang berdasarkan konsep yang telah diperhatikan oleh Mit Ghamar.<sup>28</sup>

Kesuksesan Mit Ghamar ini memberikann inspirasi bagi umat muslim di seluruh dunia untuk mendirikan bank islam. Akhirnya, Pada tahun 1975 berdirilah *Islamic Developtmen Bank* yang disponsori oleh Negara-negara yang tergabung dalam dalam Organisasi Konferensi Islam, yang menyediakan jasa finansial berbasis *fee* dan *loss and profit sharing* untuk Negara-negara anggotanya dan secara eksplesit menyatakan diri berdasar pada syariah Islam. Kemudian setelah itu secara berturuturut berdirilah sejumlah bank yang berbasis Islam antara lain: *Islamic Dubai Bank* (1975), *Faisal Islamic Bank of Sudan* (1977), *Faisal Islamic Bank of Egypt* (1977), serta *Bahrain Islamic Bank* (1979).<sup>29</sup>

Berkembangnya bank-bank Islam di Negara-negara Islam berpengaruh ke Indonesia. Pada awal tahun 1980-an, diskusi mengenai bank syariah sebagai pilar ekonomi Islam mulai dilakukan. Para tokoh terlibat dalam kajian tersebut adalah Karnaen A. perwataatmaja, M Dawam Rahardjo, A.M Syaefuddin, M. Amien Azis, dan lain-lain.

Beberapa uji coba pada skala yang relatif terbatas telah diwujudkan. Diantaranya adalah Baitul Tamwil Salman Bandung, yang sempat tumbuh mengesankan. Di Jakarta juga dibentuk lembaga serupa dalam bentuk koperasi, yakni Koperasi Ridho Gusti. Akan tetapi prakasrsa lebih khusus untuk mendirikan bank syariah di Indonesia baru dilakukan pada tahun 1990. Majelis Ulama

---

<sup>28</sup>Adiwarman Karim, *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan*, (Jakarta:Rajawali Pers, 2011), h. 23

<sup>29</sup>Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik*, (Jakarta: Gema Insani, 2001), h. 19

Indonesia (MUI) pada tanggal 18-20 Agustus 1990 menyelenggarakan lokakarya bunga bank dan perbankan di Cisarua, Bogor, Jawa Barat. Hasil lokakarya tersebut dibahas pada Musyawarah Nasional IV MUI yang berlangsung di hotel Sahid Jakarta, 22-25 Agustus 1990. Berdasarkan amanah munas tersebut dibentuk kelompok kerja untuk mendirikan bank Islam di Indonesia.<sup>30</sup>

Bank Muamalat Indonesia akhirnya lahir sebagai hasil kerja keras tim perbankan MUI tersebut. Dan akte pendirian PT Bank Muamalat Indonesia ditandatangani pada tanggal 1 November 1991. Dan secara resmi pada tanggal 1 Mei 1992 Bank Muamalat Indonesia mulai beroperasi.<sup>31</sup>

### **2.1.3. Prinsip Operasional Perbankan Syariah**

Secara umum, bank syariah dalam menjalankan usahanya minimal mempunyai lima prinsip operasional. Pertama, prinsip simpanan giro, yaitu fasilitas yang diberikan oleh bank untuk memberikan kesempatan kepada pihak yang kelebihan dana untuk menyimpan dananya dengan memakai akad *alwadi'ah* (titipan). Kedua, prinsip bagi hasil, yaitu pembagian hasil usaha antara pemilik dana (*shahibul mal*) dan pengelola dana (*mudharib*). Pembagian hasil usaha ini dapat terjadi antara bank dan nasabah seperti tabungan, deposito dan pembiayaan. Ketiga, prinsip jual beli, yaitu pembiayaan yang diperhitungkan dalam bentuk nominal di atas nilai kredit yang diterima nasabah penerima kredit dari bank. Biaya tersebut ditetapkan sesuai dengan kesepakatan antara dua belah pihak yaitu bank dan nasabah. Keempat, prinsip sewa, terdiri dari dua macam, yaitu sewa

---

<sup>30</sup>Gusmail Emmang, "*Faktor-faktor yang Berpengaruh Terhadap Kurangnya Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah*",...2016, h. 19

<sup>31</sup>Syafi'I Antonio, *Bank Syariah: dari Teori ke Praktik*, Cet. I, (Jakarta: Gema Insani 2001), h. 25

murni (*operating lease/ijaroh*) dan sewa beli (*finansial lease/bai' alta'jir*). Kelima, prinsip jasa (*fee*), meliputi seluruh kekayaan non-pembiayaan yang diberikan bank, seperti kliring, inkaso, transfer, dan sebagainya.<sup>32</sup>

## **2.2. Produk dan Jasa Perbankan Syariah**

Pada dasarnya ada tiga produk yang ditawarkan oleh perbankan syariah yaitu, produk penyaluran dana (*financing*), produk penghimpun dana (*funding*) dan produk jasa (*service*).<sup>33</sup>

### **2.2.1. Penyaluran Dana (*financing*)**

Dalam menyalurkan dananya kepada nasabah, secara garis besar produk pembiayaan syariah terbagi kedalam empat kategori yang dibedakan berdasarkan tujuan penggunaan, yaitu:

#### 1) Pembiayaan dengan prinsip jual beli

Pembiayaan dengan prinsip jual beli adalah perpindahan kepemilikan barang atau benda (*transfer of property*). Tingkat keuntungan bank ditentukan di depan dan menjadi bagian harga atas barang yang dijual.

##### a) Pembiayaan *Murabahah*

*Murabahah* adalah transaksi jual beli di mana bank menyebut jumlah keuntungannya. Bank bertindak sebagai penjual, sementara nasabah sebagai pembeli. Harga jual adalah harga bel bank dari pemasok ditambah keuntungan (*marjin*).

---

<sup>32</sup>Amir Machmud dan Rukmana, *Bank Syariah Teori, Kebijakan, dan Studi Empiris di Indonesia*, (Jakarta: Gelora Aksara Pratama, 2010), h. 27-28

<sup>33</sup>Adiwarman A Karim, *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan*, (Jakarta: RajaGrafindo, 2010), h. 97-98

b) *Pembiayaan Salam*

*Salam* adalah transaksi jual beli di mana barang yang diperjualbelikan belum ada. Oleh karena itu, barang diserahkan secara tangguh sementara pembayaran dilakukan secara tunai dengan kuantitas, kualitas, harga dan waktu penyerahan barang secara pasti.

c) *Pembiayaan Istishna'*

Produk *istishna'* menyerupai produk *salam*, tapi dalam *istishna'* pembayarannya dapat dilakukan dalam beberapa kali melalui cicilan. Ketentuan pembiayaan *istishna'* adalah spesifikasi barang pemesanan harus jelas seperti jenis, macam, ukuran, mutu dan jumlahnya.<sup>34</sup>

2) *Pembiayaan dengan prinsip sewa (Ijarah)*

Transaksi *ijarah* dilandasi adanya perpindahan manfaat. Jadi pada dasarnya prinsip *ijarah* sama saja dengan prinsip jual beli, tapi perbedaannya terletak pada objek transaksinya. Bila jual beli objek transaksinya adalah barang, pada *ijarah* objek transaksinya adalah jasa. Jika masa sewa telah habis maka bank dapat menjual barang yang disewakannya kepada nasabah. Dalam perbankan syariah dikenal *ijarah muntahhiya bittamlik* (sewa yang diikuti dengan kepemilikan).<sup>35</sup>

3) *Pembiayaan dengan prinsip bagi hasil (Syirkah)*

Produk pembiayaan syariah yang didasarkan atas prinsip bag hasil adalah sebagai berikut:

a) *Pembiayaan Musyarakah*

---

<sup>34</sup>Syafi'I Antonio, *Bank Syariah: dari Teori ke Praktik*, cet. Pertama, (Jakarta: GemaInsani 2001), h. 101

<sup>35</sup>*Ibid.*,

Transaksi *musyarakah* dilandasi adanya keinginan para pihak yang bekerja sama untuk meningkatkan aset yang mereka miliki secara bersama-sama. Semua bentuk usaha yang melibatkan dua belah pihak atau lebih di mana mereka secara bersama-sama memadukan seluruh bentuk sumber daya baik yang berwujud maupun tidak berwujud. Secara spesifik bentuk kontribusi dari pihak yang bekerja sama dapat berupa dana, barang perdagangan (*trading asset*), kewiraswastaan (*enterpreneurship*), kepandaian (*skill*), kepemilikan (*property*), peralatan (*equipment*), atau *intangible asset* (seperti hak paten atau *goodwill*), kepercayaan/reputasi (*credit worthiness*) dan barang-barang lainnya yang dapat dinilai dengan uang.

#### b) Pembiayaan *Mudharabah*

*Mudharabah* adalah bentuk kerja sama antara dua belah pihak atau lebih di mana pemilik modal (*shahib al-maal*) mempercayakan sejumlah modal kepada pengelola (*mudharib*) dengan suatu perjanjian pembagian keuntungan. Bentuk kerja sama ini menegaskan paduan kontribusi 100% modal dari *shahib al-maal* dan keahlian dari *mudharib*.<sup>36</sup>

#### 4) Pembiayaan dengan prinsip akad pelengkap

Akad pelengkap ini tidak ditujukan untuk mencari keuntungan, tapi ditujukan untuk mempermudah pelaksanaan pembiayaan, dalam akad pelengkap ini dibolehkan untuk meminta pengganti biaya-biaya yang dikeluarkan untuk melaksanakan akad ini. Besarnya pengganti biaya ini sekedar untuk menutupi biaya yang benar-benar timbul.

---

<sup>36</sup>Adiwarman A Karim, *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan*.....h. 101

a) *Hiwalah* (pengalihan utang-piutang)

Tujuan fasilitas *hiwalah* adalah untuk membantu *supplier* mendapatkan modal tunai agar dapat melanjutkan produksinya. Bank mendapat ganti biaya atas jasa pemindahan piutang. Untuk mengantisipasi risiko kerugian yang akan timbul, bank perlu melakukan penelitian atas kemampuan pihak yang berutang dan kebenaran transaksi antara yang memindahkan piutang dengan yang berutang.

b) *Rahn* (gadai)

Tujuan akad *rahn* adalah untuk memberikan jaminan pembayaran kembali kepada bank dalam memberikan pembiayaan. Barang yang digadaikan yaitu merupakan milik nasabah sendiri, jelas ukuran, sifat, dan nilainya di tentukan berdasarkan nilai riil pasar dan dapat dikuasai namun tidak boleh dimanfaatkan oleh bank.<sup>37</sup>

c) *Qardh*

*Qardh* adalah pinjaman uang. Aplikasi *qardh* dalam perbankan yaitu, sebagai pinjaman talangan haji, dimana nasabah calon haji diberikan pinjaman talangan untuk memenuhi syarat penyetoran biaya perjalanan haji, nasabah akan melunasinya sebelum keberangkatannya ke haji. Sebagai pinjaman tunai (*cash advanced*) dari produk kartu rebit syariah di mana nasabah diberi keleluasaan untuk menarik uang tunai milik bank melalui ATM (Anjungan Tunai Mandiri), nasabah akan mengembalikannya sesuai waktu yang ditentukan. Sebagai pinjaman kepada pengusaha kecil, dimana menurut perhitungan bank akan memberatkan si pengusaha bila diberikan pembiayaan dengan skema jual beli,

---

<sup>37</sup>Sutan Remy Sjahdeini, *Perbankan Syariah: Produk-Produk dan Aspek-Aspek Hukumnya*, Cet. I, (Jakarta:Kencana Pranadamedia Group, 2014), h. 191

ijarah atau bagi hasil. Dan sebagai pinjaman kepada pengurus bank, di mana bank menyediakan fasilitas ini untuk memastikan terpenuhinya kebutuhan pengurus bank, pengurus bank akan mengembalikan dana pinjaman itu secara cicilan melalui pemotongan gajinya.

d) *Wakalah* (perwakilan)

*Wakalah* dalam aplikasi perbankan terjadi apabila nasabah memberikan kuasa kepada bank untuk mewakili dirinya melakukan pekerjaan jasa tertentu, seperti pembukuan L/C, inkaso dan transfer uang.

e) *Kafalah* (garansi bank)

Garansi bank dapat diberikan dengan tujuan untuk menjamin pembayaran suatu kewajiban pembayaran. Bank dapat mensyaratkan nasabah untuk menempatkan sejumlah dana untuk fasilitas ini sebagai *rahn*. Bank dapat pula menerima dana tersebut dengan prinsip *wadi'ah*. Untuk jasa-jasa ini, bank mendapatkan pengant biaya atas jasa yang diberikan.<sup>38</sup>

### 2.2.2. Produk Penghimpunan Dana (*funding*)

“Penggumpunan dana di bank syariah dapat berbentuk giro, tabungan dan deposito. Prinsip operasional syariah diterapkan dalam penghimpunan dana masyarakat adalah prinsip *wadi'ah* dan *mudharabah*.”<sup>39</sup>

#### 1. Prinsip *Wadi'ah*

Prinsip *wadi'ah* yang diterapkan adalah *wadiah yad dhamanah* pada produk rekening giro. *Wadiah yad dhamanah* berbeda dengan *wadi'ah amanah*. Pada *wadi'ah amanah*, pada prinsipnya harta titipan tidak boleh dimanfaatkan

---

<sup>38</sup>*Ibid.*, h. 192

<sup>39</sup>Ascarya, *produk dan Akad Bank Syariah*, Edisi pertama cet. 4 (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), h. 112

oleh yang dititip. Sementara tu, dalam hal *wadi'ah yad dhamanah*, pihak yang dititip (bank) bertanggung jawab atas keutuhan harta titipan sehingga ia boleh memanfaatkan harta titipan tersebut.<sup>40</sup>

## 2. Prinsip *Mudharabah*

Dalam mengaplikasikan prinsip *mudharabah*, penyimpan atau deposan bertindak sebagai *shahibul maal* (pemilik modal) dan bank sebagai *mudharib* (pengelola). Hasil usaha ini akan dibagi hasilkan berdasarkan nisbah yang disepakati. *Mudharabah* ada dua jenis yaitu, *mudharabah mutlaqah* dan *mudharabah muqayyadah*. Dalam *mudharabah mutlaqah* tidak ada pembatasan bagi bank dalam menggunakan dana yang dihimpun. Penerapan dalam *mudharabah mutlaqah* ini dikembangkan pada produk tabungan dan deposito berjangka. Sedangkan *mudharabah muqayyadah* merupakan simpanan khusus dimana pemilik dana dapat menetapkan syarat-syarat tertentu yang harus dipatuhi bank, misalnya disyaratkan untuk bisnis tertentu, atau disyaratkan dengan akad tertentu dan disyaratkan untuk digunakan nasabah tertentu. Untuk deposito *mudharabah* bank wajib memberikan sertifikat atau tanda penyimpanan (bilyet) deposito kepada deposan dan sebagai tanda bukti simpanan bank menerbitkan bukti simpanan khusus, bank wajib memisahkan dana ini dari rekening lainnya.<sup>41</sup>

## 3. Akad Pelengkap

Akad pelengkap dalam pelaksanaan penghimpunan dana, biasanya diperlukan dan tidak ditujukan untuk mencari keuntungan. Dalam akad pelengkap ini dibolehkan untuk meminta ganti biaya-biaya yang dikeluarkan. Salah satu

---

<sup>40</sup>*Ibid.*, h. 113

<sup>41</sup>Irwan Misbach, *Bank Syariah: Kualitas Layanan, Kepuasan dan Kepercayaan*, Cet I, (Makassar: Alauddin Press, 2013), h. 49

akad pelengkap yang dipakai untuk penghimpunan dana ini adalah akad *wakalah*. Akad *wakalah* dalam aplikasi perbankan terjadi apabila nasabah memberikan kuasa kepada bank untuk mewakili dirinya melakukan pekerjaan jasa tertentu, seperti inkaso dan transfer uang.<sup>42</sup>

### 2.2.3. Jasa (*service*)

Selain menjalankan fungsinya sebagai *intermediaries* (penghubung) antara pihak yang membutuhkan dana dengan pihak yang kelebihan dana, bank syariah dapat melakukan berbagai pelayanan jasa perbankan kepada nasabah dengan mendapat imbalan berupa sewa atau keuntungan.

#### 1. *Sharf* (jual beli valuta asing)

Pada prinsipnya jual beli valuta asing sejalan dengan *sharf*. Jual beli mata uang yang tidak sejenis ini penyerahannya harus dilakukan pada waktu yang sama. Bank mengambil keuntungan dari jual beli valuta asing ini.

#### 2. *Ijarah* (sewa)

Jenis kegiatan *ijarah* antara lain penyewaan kotak simpanan (*safe deposit box*) dan jasa tata laksana administrasi dokumen (*custodian*). Bank mendapat imbalan sewa dari jasa tersebut.<sup>43</sup>

---

<sup>42</sup>*Ibid.*,

<sup>43</sup>*Ibid.*, h 17



Ayat ini memerintahkan kepada kita agar tidak meninggalkan *Dhurriat Dhi'afa* (keturunan yang lemah) baik moril maupun materil. Kandungan surah An- Nisa ini, berpesan bahwa agar umat islam menyiapkan generasi penerus yang berkualitas sehingga anak mampu mengaktualisasikan potensinya sebagai bekal kehidupan di masa mendatang. Ayat ini memberikan anjuran agar selalu memperhatikan kesejahteraan (dalam hal ini secara ekonomi) yang baik dan tidak meninggalkan kesusahan secara ekonomi. dalam ayat ini jelas terlihat bahwa Allah mengajarkan kita untuk selalu memperhatikan masalah kesejahteraan, terutama masalah kesejahteraan keluarga sepeninggal kita. dan salah satu caranya adalah dengan berinvestasi untuk masa depan (menabung).<sup>46</sup>

Dalam ilmu ekonomi, menabung adalah salah satu hal yang harus kita lakukan guna mengantisipasi keadaan darurat yang sangat berguna dimasa yang akan datang, hal ini tentunya sangat berkaitan dengan syariat islam yang menganjurkan untuk menabung, menyisihkan harta dan berhemat yang merupakan hal yang perlu kita lakukan yang merupakan suatu tindakan mensyukuri nikmat Allah Swt. sehingga menabung adalah suatu keharusan yang diperkuat oleh dalil-dalil karena sesungguhnya menabung memang memiliki banyak manfaat. Dengan menabung, itu berarti kita sudah memiliki persiapan untuk masa depan kita, menabung juga membantu kita untuk memiliki modal (*capital*) ketika kita ingin melakukan suatu usaha sehingga kegiatan ekonomi kita berlangsung secara

---

<sup>46</sup>M. Quraish Shihab, Tafsir Al-Misbah Pesan, Kesan dan Keserasian Al-Qur'an..... h. 356

produktif, dan tabungan yang kita miliki tentunya bisa gunakan untuk perputaran modal demi kesejahteraan kita dan keluarga kita.<sup>47</sup>

Terkait dengan anjuran untuk menabung, maka umat Islam tentu membutuhkan suatu tempat untuk menabung yang sesuai dengan ajaran Islam yakni sesuai dengan Al-Qur'an dan hadist. Sehingga diperlukan suatu lembaga keuangan yang tidak hanya sebagai tempat untuk menyimpan uang masyarakat tetapi juga sebagai tempat yang berfungsi untuk mencegah masyarakat khususnya masyarakat muslim agar tidak terjebak dengan kegiatan perekonomian yang bertentangan dengan syariat Islam. Oleh karena itu salah satu solusi yang ditawarkan sebagai tempat menabung yang sesuai dengan syariat Islam adalah menabung di bank syariah.

### **2.3.2. Tabungan Bank Aceh**

#### **2.3.2.1. Tabungan Firdaus**

Tabungan Firdaus adalah akronim dari fitrah dalam usaha syariah, yang bermakna bahwa dengan tabungan ini bank dan nasabah akan melakukan kerjasama secara syariah yang fitrah yang tentunya pada akhirnya akan membawa hasil yang halal, berkah, dan bertambah. Tabungan Firdaus termasuk pilihan tepat untuk investasi berprinsip syariah yang dapat digunakan setiap saat. Tabungan Firdaus adalah salah satu produk tabungan Bank Aceh dimana pemilik dana memberikan kepercayaan penuh kepada bank untuk mengelola dananya dengan pembagian nisbah/bagian yang telah disepakati sebelumnya. Tabungan firdaus menggunakan akad mudharabah muthlaqah yang berarti pihak bank diberi kuasa

---

<sup>47</sup>Dede Rodin, *Tafsir Ayat Ekonomi*, (Semarang: Karya Abadi Jaya, 2015), h. 176

penuh untuk menjalankan usahanya tanpa batasan sepanjang memenuhi syarat-syarat syariah dan tidak terikat dengan waktu, tempat, jenis usaha, dan nasabah pelanggannya.

#### **2.3.2.2. Tabungan Seulanga iB**

Tabungan Seulanga iB merupakan produk tabungan Bank Aceh. Dengan tagline “Seutuhnya Melayani Nanggroe”. Tabungan Seulanga iB memiliki keunggulan dengan nisbah *progressive* dimana semakin tinggi saldo tabungan, semakin tinggi nisbah yang diberikan (dihitung berdasarkan saldo terendah harian). Tabungan ini menggunakan akad mudharabah.

#### **2.3.2.3. Tabungan Simpeda**

Tabungan Simpeda adalah tabungan yang menggunakan akad tabungan mudharabah. Tabungan Simpeda dapat dimiliki oleh siapa saja, dengan tabungan awal hanya sebesar Rp 100.000,- maka penabung telah menjadi nasabah Bank Aceh. Dapat disetor dan ditarik setiap hari kerja diseluruhkantor Bank Aceh.

#### **2.3.2.4. TabunganKu**

TabunganKu merupakan tabungan untuk perorangan dengan persyaratan mudah dan ringan diterbitkan secara bersama oleh bank-bank di Indonesia guna menumbuhkan budaya menabung serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Fitur *standard (mandatory)* adalah fitur produk TabunganKu yang harus diterapkan secara seragam oleh seluruh bank yang meluncurkan produk TabunganKu. Dan fitur *Customized (optimal)* adalah fitur produk TabunganKu yang dapat dipilih untuk diterapkan oleh bank yang meluncurkan produk

TabunganKu. Adapun akad yang digunakan pada produk TabunganKu adalah akad tabungan mudharabah.<sup>48</sup>

## **2.4. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menabung di Bank Aceh.**

### **2.4.1. Pengetahuan**

Pengetahuan masyarakat adalah semua informasi yang dimiliki masyarakat mengenai berbagai macam produk dan jasa perbankan syariah, serta pengetahuan lainnya yang terkait dengan bank syariah. Sosialisasi sangat penting untuk memberikan pengetahuan kepada masyarakat tentang kelebihan dan keunggulan bank syariah. Sosialisasi ini harus melibatkan pemerintah dan semua kalangan masyarakat untuk memperkenalkan bank syariah kepada masyarakat.<sup>49</sup>

Indikator :

1. Bank Aceh berlandaskan nilai Islam.
2. Konsep dan mekanisme Bank Aceh.
3. Istilah-istilah akad yang digunakan di Bank Aceh.

### **2.4.2 Promosi**

Promosi merupakan arus informasi yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau kelompok yang sifatnya ekonomis, hiburan, atau informasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran pemasaran.<sup>50</sup> Dalam kegiatan ini setiap bank berusaha untuk mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya

---

<sup>48</sup>[www.bankaceh.co.id](http://www.bankaceh.co.id) diakses pada 08 juli 2019

<sup>49</sup>Wiwiek Rabiatal Adawiyah, "Pertimbangan, Pengetahuan, dan Sikap Konsumen Individu terhadap Bank Syariah" (Jurnal Ekonomi Pembangunan Volume 12, Nomor 2, Desember 2010), h. 191

<sup>50</sup>Isnaini Maulida "Analisis Pengaruh Promosi dan Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Menabung pada BMT Taruna Sejahtera Cabang Tuntang" (Skripsi, IAIN Sala Tiga, 2016), h. 14

baik langsung maupun tidak langsung. Tanpa promosi masyarakat tidak akan dapat mengenal bank. Oleh karena itu, promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya. Promosi bank akan menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah yang baru. Kemudian promosi juga berfungsi mengingatkan nasabah akan produk, promosi juga ikut mempengaruhi nasabah untuk membeli dan akhirnya promosi juga akan meningkatkan citra bank dimata para nasabahnya.

Indikator :

1. Sosialisasi tentang Bank Aceh.
2. Brosur yang informatif.
3. Iklan yang menarik.

### **2.4.3. Lokasi**

Menentukan lokasi merupakan keputusan penting dalam bisnis yang bertujuan untuk membujuk pelanggan agar datang ke tempat tersebut dengan dalam pemenuhan kebutuhannya. Lokasi mempunyai fungsi yang strategis karena dapat ikut menentukan tercapainya tujuan badan usaha. Lokasi yang tepat dalam mendirikan suatu usaha adalah salah satu hal yang sangat menentukan keuntungan bagi perusahaan, pengusaha akan selalu mencari lokasi yang strategis, yang

mudah dilihat dan dijangkau oleh konsumen. Lokasi yang tepat adalah di tempat dengan potensi pasar yang besar.<sup>51</sup>

Indikator :

1. Lokasi yang mudah dijangkau.
2. Tempat parkir.
3. Lokasi yang aman dan nyaman.

## 2.5. Penelitian Terdahulu

**Tabel Penelitian Terdahulu**

No	Nama Peneliti	Judul	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1	Gusmail Emmang Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar 2016	Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kurangnya minat masyarakat menabung di bank syariah (studi pada Masyarakat di Kecamatan Rappocini Kota Makassar)	Data kuantitatif dan menggunakan kuisioner. Teknik analisis yang digunakan adalah teknik analisis regresi berganda.	Variabel pengetahuan, pelayanan, lokasi, dan produk berpengaruh signifikan dan positif terhadap kurangnya minat masyarakat menabung di bank syariah. Masyarakat kurang berminat menabung karena pengetahuan mereka yang masih kurang tentang bank syariah, begitu pula pelayanan

---

<sup>51</sup>Gusmail Emmang, *“Faktor-faktor yang Berpengaruh Terhadap Kurangnya Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah”* ( Skripsi, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, 2016, h. 43

				dan produk yang masih rendah dan kurang, menjadikan masyarakat masih belum banyak menabung di bank syariah, yang terakhir adalah lokasi yang kurang dekat dengan pemukiman masyarakat.
2	Faradilla Novita Asri  Institut Agama Islam Negeri Surakarta  2017	Analisis Faktor Pertimbangan Dan Pengetahuan Masyarakat Surakarta Terhadap Minat Menabung Di Bank Syari'ah Mandiri	Data statistik deskriptif dan analisis faktor.	Ada enam faktor yang menjadi pertimbangan konsumen memilih menabung di Bank Syariah Mandiri antara lain: factor <i>compliance</i> , factor <i>assurance</i> , factor <i>reliability</i> , factor <i>tangible</i> , factor <i>empathy</i> , dan faktor <i>responsiveness</i> .
3	Dwi Ana Ratna Utami Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta 2017	Pengaruh Persepsi Masyarakat tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah (studi kasus pada Masyarakat Muslim Kauman Wijirego Pandak Bantul)	Metode kuantitatif. Data diambil dengan kuisisioner, serta didukung dengan data observasi, wawancara, dan dokumentasi.	Variabel persepsi masyarakat tentang perbankan syariah memiliki pengaruh yang positif dan signifikan sebesar 0,175 atau 17,5% terhadap variabel minat menabung di Bank Syariah.
4	Maulida Isnaini, IAIN	Analisis Pengaruh	Metode yang digunakan	Secara individu variabel promosi

	Salatiga, 2016	Promosi dan Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Menabung pada BMT Taruna Sejahtera Cabang Tuntang.	analisis regresi linear berganda menggunakan SPSS 18.00 dengan windows. Data primer. Membagikan kuesioner.	berpengaruh terhadap minat nasabah. Variabel pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah. Secara bersama-sama promosi dan pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah.
5.	Nur Jannah, IAIN Walisongo, 2014	Pengaruh pengetahuan mahasiswa tentang bank syariah terhadap minat menjadi nasabah (Studi kasus mahasiswa jurusan ekonomi islam fakultas ekonomi dan bisnis islam IAIN Walisongo)	Data kuantitatif primer dan sekunder. Pengambilan sampel dengan <i>stratified random sampling</i> . Data menggunakan angket, wawancara dan dokumentasi. Menggunakan uji validitas, uji realibilitas, uji normalitas dan analisis regresi sederhana..	Pengaruh variabel independen (pengetahuan mahasiswa tentang bank syariah) terhadap variabel dependen (minat menjadi nasabah) mampu memberikan sumbangan sebesar 52,7%, sedangkan 43,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

#### Persamaan dan Perbedaan:

Gusmail Emmang, Pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah tentang faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kurangnya minat masyarakat menabung di bank syariah. Pokok permasalahan tersebut selanjutnya di breakdown ke dalam beberapa sub masalah penelitian yaitu: Pengaruh

pengetahuan terhadap kurangnya minat masyarakat menabung di bank syariah. Pengaruh pelayanan terhadap kurangnya minat masyarakat menabung di bank syariah. Pengaruh lokasi terhadap kurangnya minat masyarakat menabung di bank syariah. Dan pengaruh produk terhadap kurangnya minat masyarakat menabung di bank syariah. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian saya adalah saya hanya meneliti bagaimanakah variabel Pengetahuan, Promosi dan Lokasi berpengaruh terhadap keputusan masyarakat menabung di bank syariah.

Faradilla Novita Asri, Hasil analisis menyimpulkan bahwa ada enam faktor yang menjadi pertimbangan konsumen memilih menabung di Bank Syariah Mandiri antara lain: factor *compliance*, factor *assurance*, factor *reliability*, factor *tangible*, factor *empathy*, dan faktor *responsiveness*. Faktor *empathy* merupakan faktor yang paling dipertimbangkan konsumen dalam memilih bank syariah. Pengetahuan konsumen terhadap bank syariah masih terbatas, sebagian besar responden hanya mengetahui tentang bagi hasil dan prosedur pembukaan rekening/ tabungan di Bank Syariah Mandiri. Sedangkan istilah-istilah dan macam produk perbankan syariah seperti *mudharabah*, *musyarakah*, *murabahah* dan *ijarah* masih belum diketahui dan dimengerti oleh konsumen. Perbedaannya penelitian sekarang hanya terdapat 3 variabel yang berpengaruh terhadap masyarakat belum memilih menabung di bank syariah yaitu variabel Pengetahuan, Lokasi dan Promosi.

Dwi Ana Ratna Utami, Penelitian ini menggunakan kuantitatif. Data yang diambil dengan kuesioner, serta didukung dengan data observasi, wawancara dan

dokumentasi. Perbedaannya penelitian sekarang data yang diambil hanya dengan kuesioner, observasi dan dokumentasi.

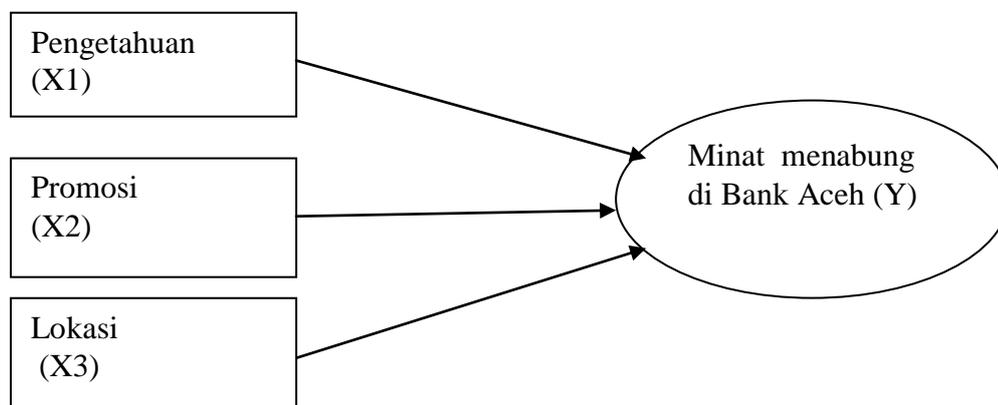
Maulida Isnaini, hasil penelitian menunjukkan variabel promosi dan pelayanan mempunyai pengaruh signifikan terhadap minat nasabah. Perbedaannya dengan penelitian sekarang bahwa variabel Pengetahuan, Lokasi dan Promosi mempengaruhi keputusan masyarakat menabung di bank syariah.

Nur Jannah, hasil penelitian menunjukkan variabel pengetahuan mahasiswa bernilai positif yakni 0,662. Hal ini berarti bahwa terdapat pengaruh positif tidak signifikan antara pengetahuan mahasiswa tentang bank syariah terhadap minat menjadi nasabah. Dan analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear sederhana.

## 2.6. Kerangka Pemikiran

Model penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut.

**Gambar 2.1**



Sumber: Telaah Peneliti

## 2.7. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah dugaan sementara yang kebenarannya masih harus dilakukan pengujian. Hipotesis ini dimaksudkan untuk memberi arah bagi analisis penelitian. Kesimpulan sementara adalah :

Ho1: Tidak terdapat pengaruh Pengetahuan (X1) terhadap minat masyarakat menabung di Bank Aceh.

Ha1: Terdapat pengaruh Pengetahuan (X1) terhadap keputusan masyarakat minat di Bank Aceh.

Ho2: Tidak terdapat pengaruh Promosi (X2) terhadap minat masyarakat menabung di Bank Aceh.

Ha2: Terdapat pengaruh promosi (X2) terhadap minat masyarakat menabung di Bank Aceh.

Ho3: Tidak terdapat pengaruh Lokasi(X3) terhadap minat masyarakat menabung di Bank Aceh.

Ha3: Terdapat pengaruh Lokasi (X3) terhadap minat masyarakat menabung di Bank Aceh.

Ho4: Tidak terdapat pengaruh Pengetahuan (X1), Promosi (X2) dan Lokasi (X3) terhadap minat masyarakat menabung di Bank Aceh.

Ha4: Terdapat pengaruh Pengetahuan (X1), Promosi (X2) dan Lokasi (X3) terhadap minat masyarakat menabung di Bank Aceh.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) bersifat Kuantitatif dengan metode Survei yaitu data yang diperoleh dalam bentuk angka-angka yang dapat dihitung, yang berkaitan dengan masalah yang diteliti untuk memperoleh gambaran yang jelas dan terperinci tentang faktor-faktor yang berpengaruh minat masyarakat menabung di bank syariah.

#### **3.2 Sumber Data**

Sumber ialah tempat atau orang dimana data diperoleh. Sedangkan data adalah fakta yang dijabarkan berdasarkan kerangka teoritis tertentu. Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:<sup>52</sup>

1. Data Primer yaitu data dari hasil kuesioner kepada responden yang terdapat di kabupaten Gayo Lues.
2. Data Sekunder yaitu data yang diperoleh secara tidak langsung dari sumbernya tetapi melalui perantara. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah dari bahan-bahan bacaan berupa buku-buku, majalah, *literature*, surat kabar dan informasi yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

---

<sup>52</sup>Basrowi dan Suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2008), h.22

### 3.3 Ruang Lingkup dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada masyarakat kabupaten Gayo Lues di kecamatan Blangkejeren dan kecamatan Pining. Mengingat besarnya jumlah penduduk di kabupaten Gayo Lues, serta keterbatasan dari peneliti untuk menjangkau semua populasi yaitu adanya keterbatasan dari segi waktu, biaya, maupun kemampuan peneliti, maka dalam penelitian ini peneliti hanya mengambil dua kecamatan dari kabupaten Gayo Lues

### 3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Penelitian lapangan (*field research*) yaitu mengumpulkan data dari lapangan dengan cara:

a. Angket (*Quisitionnare*)

Angket adalah daftar pertanyaan atau pernyataan tertulis yang diberikan kepada responden untuk dijawab.<sup>53</sup> Tujuan penyebaran angket adalah untuk mencari informasi yang lengkap mengenai variabel atau masalah yang diteliti. Dengan melakukan penyebaran angket untuk mengukur persepsi responden menggunakan angka penelitian, yaitu:

5 = Sangat Setuju (SS)

4 = Setuju (S)

3 = Netral (N)

2 = Tidak Setuju (TS)

1 = sangat Tidak Setuju (STS)

---

<sup>53</sup>Cholid Narbuko dan Abu Achmadi, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2003), h. 77

## b. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu metode pencarian dan pengumpulan data mengenai hal-hal atau berupa catatan resmi, transkrip, buku, laporan, media massa, dan sebagainya. Dokumentasi ini dapat dilakukan dengan mengumpulkan data dengan cara mengambil gambar atau informasi penting dari objek penelitian.

2. Kajian Pustaka (*Library Research*) yaitu metode pengumpulan data dengan cara mempelajari, menelaah literature, laporan dan dokumen-dokumen yang relevan dengan masalah yang akan diteliti.

### 3.5 Populasi dan Sampel

#### 1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian di tarik kesimpulannya.<sup>54</sup> Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat di kabupaten Gayo Lues. Yakni masyarakat yang sudah memasuki usia menabung.

#### 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Untuk mendapat informasi dari setiap anggota populasi, peneliti harus menentukan sampel yang sejenis atau yang mampu mewakili populasi dalam jumlah tersendiri.<sup>55</sup>

---

<sup>54</sup>Sugiono, *metode penelitian pendidikan: pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*, Cet. 13 (Bandung: Alfabeta, 2011), h.81

<sup>55</sup>Sugiono, *metode penelitian pendidikan: pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*,. h. 90

Penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini dengan teknik sampling non probability dengan metode quota sampling yaitu pengambilan anggota sampel dengan menentukan responden yang akan di teliti.<sup>56</sup> Mengingat besarnya jumlah penduduk di kabupaten Gayo Lues, serta keterbatasan dari peneliti untuk menjangkau semua populasi yaitu adanya keterbatasan dari segi waktu, biaya, maupun kemampuan peneliti, maka dalam penelitian ini peneliti mengambil sampel sebesar 100 orang dari 2 (dua) kecamatan yang ada di kabupaten Gayo Lues yaitu kecamatan Blangkejeren dan kecamatan Pining.

### **3.6 Instrumen Penelitian**

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang dapat digunakan untuk memperoleh, mengolah dan menginterpretasikan informasi yang diperoleh dari para responden yang dilakukan dengan menggunakan pola ukur yang sama.<sup>57</sup>

Pengumpulan data dalam suatu penelitian membutuhkan beberapa instrumen sebagai alat untuk mendapatkan data yang akurat dalam suatu penelitian. Maka dalam penelitian ini, akan digunakan beberapa instrumen berupa catatan, angket/kuesioner. Untuk dapat dikatakan instrumen penelitian yang baik, paling tidak memenuhi lima kriteria,yaitu: validitas, reliabilitas, sensitivitas, objektivitas, dan fisibilitas. Maka penulis hanya memilih dua instrumen penelitian untuk menguji kevalidan suatu data.

---

<sup>56</sup>Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2010), h. 67-70

<sup>57</sup>Ir. Syofian Siregar, *Statistika Deskriptif Untuk Penelitian*, h. 162

### 3.7 Definisi Operasional Variabel

Menjelaskan cara tertentu yang digunakan oleh peneliti dalam mengukur variabel-variabel yang akan digunakan dalam penelitian. Definisi variabel untuk masing-masing variabel yang akan digunakan dalam penelitian ini meliputi:

**Tabel 3.1**

<b>Variabel</b>	<b>Defenisi</b>	<b>Indikator</b>	<b>Skala Pengukuran</b>
Pengetahuan (X1)	Pengetahuan merupakan hasil dari tahu, dan ini terjadi setelah seseorang melakukan penginderaan terhadap sesuatu objek tertentu. Secara umum pengetahuan dapat didefinisikan sebagai informasi yang disimpan di dalam ingatan.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bank Aceh berlandaskan nilai Islam.</li> <li>2. Konsep dan mekanisme Bank Aceh.</li> <li>3. Istilah-istilah akad yang digunakan di Bank Aceh.</li> </ol>	Skala Likert
Promosi (X2)	Promosi merupakan arus informasi yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau kelompok yang sifatnya ekonomis, hiburan, atau informasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran pemasaran.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sosialisasi tentang Bank Aceh.</li> <li>2. Brosur yang informatif.</li> <li>3. Iklan yang menarik.</li> </ol>	Skala Likert
Lokasi (X3)	Menentukan lokasi merupakan keputusan penting dalam bisnis yang bertujuan untuk membujuk pelanggan agar datang ke tempat tersebut dengan dalam pemenuhan kebutuhannya.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Lokasi yang mudah dijangkau.</li> <li>2. Tempat parkir.</li> <li>3. Lokasi yang aman dan nyaman.</li> </ol>	Skala Likert

Minat (Y)	Minat adalah suatu momen dari kecenderungan-kecenderungan (tenaga arah yang bersifat konstan yang menentukan tingkah laku yang aktif dan reaktif terhadap lingkungan seseorang) yang terarah secara intensif (sungguh-sungguh) pada suatu tujuan atau objek yang dianggap penting.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pengetahuan tentang Bank Aceh.</li> <li>2. Promosi dan sosialisasi dari Bank Aceh.</li> <li>3. Lokasi Bank Aceh yang strategis.</li> </ol>	Skala Likert
-----------	--	--	--------------

### 3.8 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif, teknik analisis data yang digunakan untuk menguji hipotesis dan menjawab rumusan masalah yang telah diajukan. Setelah mendapat data dari responden melalui kuesioner/angket kemudian diolah dengan menggunakan metode statistik atau bantuan program SPSS (*Statistical Package for Social Science*).<sup>58</sup>

#### 3.8.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

##### 1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan instrumen penelitian yang bertujuan untuk mengetahui dan menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang validitas yang dimaksud kelayakan. Suatu skala pengukuran disebut valid bila melakukan apa yang seharusnya dilakukan dan mengukur apa yang seharusnya diukur. Bila skala pengukuran tidak valid

---

<sup>58</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2008), h. 426

maka tidak bermanfaat bagi peneliti karena tidak mengukur atau melakukan apa yang seharusnya dilakukan.<sup>59</sup>

Dengan kriteria penerimaan/penolakan hipotesis:

a) Tolak  $H_0$  jika probabilitas yang dihitung  $<$  probabilitas yang ditetapkan sebesar 0.05 (Sig. 2-tailed  $< \alpha_{0.05}$ )

b) Terima  $H_0$  jika probabilitas yang dihitung  $>$  probabilitas yang ditetapkan sebesar 0.05 (Sig. 2-tailed  $> \alpha_{0.05}$  )

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan pengujian yang dapat menunjukkan sejauh mana alat ukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Alat ukur yang akan digunakan adalah *cronbachalpha* melalui program komputer *Excel Statistic Analysis & SPSS*. Reliabilitas suatu konstruk variabel dikatakan baik jika memiliki nilai *cronbachalpha*  $> 0,60$ .<sup>60</sup>

### 3.8.2 Uji Normalitas

Dalam penelitian ini uji normalitas digunakan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel independen (keputusan menjadi nasabah bank syariah) dan dependen (lokasi, promosi dan pelayanan) memiliki distribusi yang normal. Model regresi yang baik adalah model dengan distribusi yang normal atau mendekati normal. Grafik normal P-P Plot digunakan untuk mendeteksi normalitas.

---

<sup>59</sup>Mudrajad Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*, (Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama, 2009), h. 172

<sup>60</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, ....h. 427

### 3.8.3 Uji Asumsi Klasik

#### 1. Multikolinieritas

Multikolinieritas adalah suatu hubungan linear yang sempurna antara beberapa atau semua variabel bebas yang menjelaskan model regresi. Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan yang berarti antara masing-masing variabel bebas ( X1, X2, dan X3) dalam model regresi.<sup>61</sup>

Cara yang digunakan untuk menilainya adalah dengan melihat nilai faktor inflasi varian (*Variance Inflasi Factor/VIF*), yang tidak melebihi 4 atau 5.<sup>62</sup>

#### 2. Heterokedasitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain. Artinya, setiap pengamatan mempunyai reliabilitas yang berbeda akibat perubahan dalam kondisi yang melatarbelakangi tidak terangkum dalam spesifikasi model. Gejala heteroskedastisitas lebih sering dijumpai dalam data silang tempat daripada runtut waktu, maupun juga sering muncul dalam analisis yang menggunakan data rata-rata. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.<sup>63</sup>

Dasar pengambilan keputusannya adalah: jika suatu pola tertentu, seperti titik-titik (poin-point) yang ada membentuk suatu pola tertentu yang

---

<sup>61</sup>Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta : PT. RajaGrafindo Persada, 2008), h. 98

<sup>62</sup>Azuar Juliandi dan Irfan, *Metodologi Penelitian...*, h. 170

<sup>63</sup>Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, *Metode Penelitian...*, h. 96

teratur, maka terjadi heterokedastisitas. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik (point-point) menyebar dibawah dan di atas angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastisitas.<sup>64</sup>

### 3.8.4 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda adalah hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel independen (Pengetahuan Lokasi dan Promosi) dengan variabel dependen (Minat Menabung di Bank Aceh). Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan.<sup>65</sup>

Persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

keterangan:

Y : Variabel Dependen (Minat menabung di Bank Aceh)

X : Variabel Independen ( Pengetahuan, Promosi, Lokasi)

a : Konstanta

b :Koefisien regresi.<sup>66</sup>

### 3.8.5 Uji Hipotesis

Uji hipotesis adalah salah satu cara dalam statistika untuk menguji suatu permasalahan yang akan diuji agar dapat mengetahui diterima atau ditolak pada signifikansi tertentu. Pada prinsipnya pengujian hipotesis ini adalah membuat

---

<sup>64</sup>Azuar Juliandi dan Irfan, *Metodologi Penelitian*(Medan: Perdana MulyaSaran, 2013), h. 171

<sup>65</sup>Tim Dosen Ekonometrika dan Tim Asisten Praktikum, *Buku Pedoman PraktikumEkonometrika*, (Malang: Universitas Brawijaya, 2015), h. 6-7

<sup>66</sup>Andi Supangat, *Statistika Dalam Kajian Deskriptif, Inferensi dan Nonparametrik*, (Jakarta: Kencana, 2007), h. 293

kesimpulan sementara untuk melakukan penyanggahan atau pembenaran dari permasalahan yang akan ditelaah, dan sebagai wahana menetapkan hipotesis nol ( $H_0$ ) atau hipotesis alternatif ( $H_a$ ).<sup>67</sup>

### 1. Uji Parsial (Uji -t)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen secara individu berpengaruh signifikan atau tidak terhadap variabel dependen. Hipotesis yang digunakan adalah sebagai berikut:

$H_0 : \beta = 0$ , tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel pengetahuan, promosi dan lokasi terhadap keputusan masyarakat menabung di bank syariah.

$H_a : \beta \neq 0$ , ada pengaruh yang signifikan antara variabel pengetahuan, promosi dan lokasi terhadap keputusan masyarakat menabung di bank syariah.

Kriteria uji yang digunakan adalah jika *t-test* lebih besar dari nilai *t-table* ( $t_{test} > t_{table}$  misalnya pada tingkat signifikansi *Level of significancy*) 10%, maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak (*rejected*) artinya variabel independen secara individual mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

Sebaliknya, jika nilai *t-test* lebih kecil dari nilai *t-table* ( $t_{test} < t_{table}$ ) misalnya pada tingkat signifikan 10%, maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada pengaruh secara parsial (individu) dari semua variabel independen terhadap dependen.

### 2. Uji Simultan (Uji F)

Uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen didalam model secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen yang digunakan perumusan hipotesis pada Uji-F adalah:

---

<sup>67</sup>Andi Supangat, *Statistika Dalam Kajian Deskriptif, Inferensi dan Nonparametrik*,(Jakarta: Kencana, 2007), h. 293

$H_0 : \beta = 0$ , tidak ada pengaruh yang signifikan antara variable pengetahuan, promosi dan lokasi terhadap minat masyarakat menabung di Bank Aceh.

$H_a : \beta \neq 0$ , ada pengaruh yang signifikan antara variable pengetahuan, promosi dan lokasi terhadap minat masyarakat menabung di Bank Aceh.

Kriteria ujian adalah jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , misalnya pada tingkat signifikan 10%, maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak (*rejected*), artinya variabel independen secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Sebaliknya jika nilai  $F_{hitung} < F_{tabel}$  misalnya pada tingkat signifikan 10% maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  tidak ditolak (*not rejected*), artinya variabel independen secara bersama-sama tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.<sup>68</sup>

### 3.9 Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

“Koefisien determinasi ( $R^2$ ) yaitu mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat (Minat menabung di Bank Aceh).”<sup>69</sup>

---

<sup>68</sup>Mudrajad Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi.*, h. 238

<sup>69</sup>Azuar Juliandi dan Irfan, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*,... h. 175

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN**

#### **4.1 Gambaran Objek Penelitian**

##### **3.1.1 Letak Geografis dan Batas Wilayah**

Kabupaten Gayo Lues terletak pada posisi garis lintang  $03^{\circ} 40'26''$  -  $04^{\circ} 16'55''$  LU dan garis bujur  $96^{\circ} 43' 24''$  -  $97^{\circ} 55' 24''$  BT, dengan ibu kota Blangkejeren memiliki luas wilayah 571,990.90 Ha atau 10% dari luas Provinsi Aceh secara keseluruhan. Berdasarkan Undang-undang Nomor 4 Tahun 2002, Kabupaten Gayo Lues berbatasan sebelah Utara dengan Kabupaten Aceh Tengah, Kabupaten Nagan Raya dan Kabupaten Aceh Timur; sebelah Timur berbatasan dengan Kabupaten Aceh Tamiang dan Kabupaten Langkat Provinsi Sumatera Utara; sebelah Selatan berbatasan dengan Kabupaten Aceh Tenggara dan Kabupaten Aceh Barat Daya; dan sebelah Barat berbatasan dengan Kabupaten Aceh Barat Daya. Letak geografis ini telah menjadikan Kabupaten Gayo Lues sebagai kabupaten yang memiliki keterkaitan sosial, ekonomi, budaya, keamanan dan bahkan politik yang sangat erat dengan kabupaten-kabupaten lainnya di Provinsi Aceh dan Provinsi Sumatera Utara.<sup>70</sup>

##### **3.1.2 Luas Wilayah**

Luas wilayah Kabupaten Gayo Lues adalah 571.967 Ha yang terklasifikasi dalam tiga kawasan meliputi 195.677 Ha (34,20%) merupakan kawasan Taman Nasional Gunung Leuser (TNGL); 210.971 Ha (36,89%) merupakan kawasan Hutan Lindung; dan sisa wilayahnya merupakan kawasan Budidaya, Pemukiman,

---

<sup>70</sup><http://gayolueskab.bps.go.id/staticable.html>

dan Hutan Produksi yang mencapai 165.310 Ha (28,91%). Hal ini memperlihatkan bahwa luas Kabupaten Gayo Lues tertutupi oleh Taman Nasional dan Hutan Lindung yang mencapai 71,09%.<sup>71</sup>

### 3.1.3 Jumlah Penduduk

Penduduk Kabupaten Gayo Lues terdiri dari beberapa suku antara lain, suku Gayo, Alas, Jawa, Minang, Batak dan suku lainnya dalam jumlah kecil. Jumlah penduduk Kabupaten Gayo Lues pada tahun 2010 sebanyak 79.560 jiwa. Jumlah penduduk terbesar berada di Kecamatan Blangkejeren yang merupakan Ibukota Kabupaten Gayo Lues sebanyak 24.434 jiwa atau 30,71%. Sedangkan jumlah penduduk terkecil berada di Kecamatan Pantan Cuaca sebanyak 3.481 jiwa atau 4,38%.<sup>72</sup>

Kepadatan penduduk tercatat sebesar 14.34 jiwa/Km<sup>2</sup> persegi. Penduduk Kabupaten Gayo Lues tersebar pada 11 kecamatan dengan angka kepadatan penduduk bervariasi. Kecamatan Blangkejeren mempunyai angka kepadatan penduduk tertinggi di Kabupaten Gayo Lues yaitu sebanyak 147 jiwa/Km<sup>2</sup>, sedangkan kepadatan penduduk terendah terdapat di Kecamatan Pining yaitu 2.5 jiwa/Km<sup>2</sup>. Kepadatan tersebut merupakan kepadatan kotor atau jumlah penduduk dibagi luas wilayah. Kepadatan seharusnya adalah jumlah penduduk dibagi dengan luas permukiman. Untuk lebih jelasnya mengenai jumlah dan kepadatan penduduk di Kabupaten Gayo Lues dapat dilihat pada di bawah ini.<sup>73</sup>

---

<sup>71</sup>*Ibid.*,

<sup>72</sup>*Ibid.*,

<sup>73</sup>*Ibid.*,

**Tabel 4.1**

jumlah penduduk kabupaten Gayo Lues 2013-2018

No	Kecamatan	Penduduk				Luas (Km <sup>2</sup> )	Kepadatan penduduk (Jiwa/Km <sup>2</sup> )
		Laki-laki	Perempuan	Jumlah	%		
1.	Blangkejeren	12.121	12.313	24.434	30.7	165.34	147.78
2.	Kuta Panjang	3.634	3.696	7.330	9.2	254.64	28.79
3.	Terangun	3.943	4.010	7.953	10.0	681.08	11.68
4.	Rikit Gaib	1.825	1.945	3.770	4.7	268.89	14.02
5.	Pining	2.156	2.156	4.320	5.4	1,730.61	2.50
6.	Blang Jerango	3.121	3.258	6.379	8.0	377.25	16.91
7.	Blang pegayon	2.548	2.551	5.099	6.4	285.43	17.86
8.	Dabun gelang	2.609	2.668	5.277	6.6	327.87	16.09
9.	Putri Betung	3.392	3.215	6.607	8.3	724.17	9.12
10.	Pantan Cuaca	1.782	1.698	3.481	4.4	288.04	12.09
11.	Tripe Jaya	2.446	2.464	4.910	6.2	446.58	10.99
<b>Jumlah</b>		<b>39,586</b>	<b>39,974</b>	<b>79,560</b>	<b>100,00</b>	<b>5,549.91</b>	<b>14.34</b>

Sumber:Gayo Lues Dalam Angka 2013-2018

#### 4.2 Bank Aceh

Awal berdirinya Bank milik Pemerintah Daerah di Aceh ini tercetus Pada Tanggal 7 September 1957 berbentuk Perseroan Terbatas yang bernama “PT Bank Kesejahteraan Atjeh, NV”. Peralihan status pada tanggal 6 Agustus 1973 yang dianggap sebagai hari lahirnya Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh memuat tentang perubahan bentuk badan hukum Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh menjadi PT Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh pada tanggal 31 Desember 1999.

Pada tanggal 21 April 1999 PT Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh disingkat menjadi PT Bank BPD Aceh dengan Surat Keputusan Nomor C-8260 HT.01.01.TH.99. dan pada tanggal 15 Desember 2008 perubahan nama

Perseroan menjadi PT Bank Aceh telah disahkan oleh Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia No. AHU-44411.AH.01.02 tahun 2009 pada tanggal 9 September 2009 dan disahkan oleh Keputusan Gubernur Bank Indonesia No.12/61/KEP.GBI/2010 tanggal 29 September 2010.

Bank Aceh melalui hasil rapat RUPSLB (Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa) tanggal 25 Mei 2015 tahun lalu bahwa Bank Aceh melakukan perubahan kegiatan usaha dari sistem konvensional menjadi sistem syariah seluruhnya. Berdasarkan Keputusan Dewan Komisiner OJK Nomor. KEP 44/D.03/2016 tanggal 1 September 2016 Perihal Pemberian Izin Perubahan Kegiatan Usaha Bank Umum Konvensional Menjadi Bank Umum Syariah PT Bank Aceh yang diserahkan langsung oleh Dewan Komisiner OJK kepada Gubernur Aceh Zaini Abdullah melalui Kepala OJK Provinsi Aceh Ahmad Wijaya Putra di Banda Aceh. Perubahan sistem operasional dilaksanakan pada tanggal 19 September 2016 secara serentak pada seluruh jaringan kantor Bank Aceh. Dan sejak tanggal tersebut Bank Aceh telah dapat melayani seluruh nasabah dan masyarakat dengan sistem syariah murni mengutip Ketentuan PBI Nomor 11/15/PBI/2009. Kantor Pusat Bank Aceh berlokasi di Jalan Mr. Mohd. Hasan No 89 Batoh Banda Aceh. Sampai dengan tanggal 19 September 2016, Bank memiliki 1 Kantor Pusat, 26 Kantor Cabang, 85 Kantor Cabang Pembantu, 15 Kantor Kas, 13 Payment Point, 2 Mobil Kas Keliling, serta 201 Gerai ATM Bank Aceh. Di Gayo Lues terdapat 1 Kantor Cabang, 1 Kantor Cabang Pembantu, 1 Payment Point dan 1 unit Mobil Pelayanan Kas.<sup>74</sup>

---

<sup>74</sup>[Http://www.bankaceh.co.id](http://www.bankaceh.co.id). Diakses pada tanggal 02 Maret 2019 pukul 21:34

#### 4.2.1 Visi dan Misi Bank Aceh Syariah

##### a. Visi

Mewujudkan Bank Aceh menjadi bank yang terus sehat, tangguh, handal dan terpercaya serta dapat memberikan nilai tambah yang tinggi kepada mitra dan masyarakat.

##### b. Misi

Membantu dan mendorong pertumbuhan ekonomi dan pembangunan daerah dalam rangka meningkatkan taraf hidup masyarakat melalui pengembangan dunia usaha dan pemberdayaan dunia usaha dan pemberdayaan ekonomi rakyat, serta memberi nilai tambah kepada pemilik dan kesejahteraan kepada Karyawan.<sup>75</sup>

#### 4.2.2 Produk dan Jasa Bank Aceh

##### a. Penghimpun Dana (*Funding*)

- 1) Tabungan Sahara (Simpanan Haji dan Umrah).
- 2) Tabungan Firdaus (Fitrah dalam Usaha).
- 3) TabunganKu.
- 4) Deposito Mudharabah.
- 5) Giro Wadiah.<sup>76</sup>

Produk penghimpun dana adalah produk yang ditujukan untuk menghimpun dana dari masyarakat yang kelebihan dana dan kemudian disalurkan kembali kepada masyarakat yang membutuhkan dana melalui produk penyaluran dana.

---

<sup>75</sup>*Ibid.*,

<sup>76</sup>*Ibid.*,

#### 4.2.3 Penyaluran Dana ( *Financing* )

- 1) Pembiayaan Murabahah.
- 2) Pembiayaan Musyarakah.
- 3) Pembiayaan Mudharabah.
- 4) Pembiayaan Pensiun.<sup>77</sup>

Produk penyaluran dana ini ditujukan untuk nasabah yang membutuhkan dana dan membiayai atas kebutuhan masyarakat dengan akad-akad yang disepakati bersama.

#### 4.2.4 Jasa ( *service* )

- 1) *Rahn* (gadai emas)
- 2) Bank Garansi Syariah
- 3) ATM (Anjungan Tunai Mandiri).
- 4) SMS Banking
- 5) MEPS (Malaysian Exchange Payment System)
- 6) Transfer
- 7) Kliring
- 8) RTGS
- 9) Inkasso.<sup>78</sup>

Produk jasa ini ditujukan untuk melayani kebutuhan masyarakat dan jasa ini juga memfasilitasi nasabah dalam lalu lintas pembayaran bertujuan untuk mempermudah transaksi nasabah di bank.

---

<sup>77</sup>*Ibid.*,

<sup>78</sup>*Ibid.*,

**Tabel 4.2**

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase %
1.	Laki-laki	48	48%
2.	Perempuan	52	52%
	Jumlah	100	100%

Sumber : Data primer diolah, 2020

Pada tabel 4.1 menjelaskan jumlah masyarakat responden berjenis kelamin perempuan lebih banyak dari pada masyarakat responden berjenis kelamin laki-laki, dengan jumlah persentase sebesar 52% perempuan dan sebesar 48% laki-laki.

**Tabel 4.3**

Tingkat Umur Responden

No	Umur	Frekuensi	Persentase %
1	20-30	51	51%
2	31-40	36	36%
3	41-50	13	13%
	Jumlah	100	100%

Sumber: Data primer diolah, 2020

Usia responden rata-rata berkisar antara 20 sampai 30 tahun sebanyak 51 responden atau sebesar 51%, usia 31 sampai 40 tahun sebanyak 36 responden atau sebesar 36%, usia 41 sampai 50 tahun sebanyak 13 responden atau sebesar 13%.

### 4.3 Pengujian Instrumen Penelitian

#### 4.3.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan bantuan SPSS Versi 17.00 yang bertujuan untuk mengetahui bahwa setiap pernyataan yang diajukan kepada responden telah dinyatakan valid atau tidak. Uji validitas yang dipergunakan adalah *Pearson*

*Correlation*, yaitu korelasi setiap butir pertanyaan dalam kuesioner dengan nilai total seluruh butir pertanyaan. Adapun kriteria dari pengujian adalah pertanyaan dikatakan valid jika memiliki nilai *Pearson Correlation* >  $r_{\text{tabel}}$ .<sup>79</sup> ( $r_{\text{tabel}} = 0,196$ .  
 $df = N - 2 = 100 - 2 = 98$ )

**Tabel 4.4**

**Hasil Uji Validitas**

Variabel	Indikator	R Hitung	R Tabel	Ket.
Pengetahuan (X1)	X1.1	0,773	0,196	Valid
	X1.2	0,830	0,196	Valid
	X1.3	0,836	0,196	Valid
Promosi (X2)	X2.1	0,751	0,196	Valid
	X2.2	0,746	0,196	Valid
	X2.3	0,644	0,196	Valid
Lokasi (X3)	X3.1	0,829	0,196	Valid
	X3.2	0,759	0,196	Valid
	X3.3	0,698	0,196	Valid
Minat (Y)	Y1	0,850	0,196	Valid
	Y2	0,747	0,196	Valid
	Y3	0,799	0,196	Valid

Sumber: Data Primer diolah, 2020

Berdasarkan tabel tersebut di atas dapat diketahui bahwa dari semua variabel yang diteliti yakni Pengetahuan, Promosi, Lokasi, dan Minat dengan jumlah pertanyaan sebanyak 12 item yang diajukan, nampak bahwa semua item pertanyaan sudah valid, karena memiliki nilai *Pearson Correlation* >  $r_{\text{tabel}}$ .

#### 4.3.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan sebagai alat untuk mengukur suatu instrumen dari pernyataan terhadap jawaban responden. Jika pengukuran hasil jawaban

<sup>79</sup>Azuar Juliandi dan Irfan, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*...., h. 141-145

responden konsisten dan terpercaya maka dapat dikatakan reliabel. Dengan nilai koefisien reliabilitas (Cronbach's Alpha)  $> 0.6$  (Standar Alpha).<sup>80</sup>

**Tabel 4.5**

Variabel	Cronbach Alpha	Alpha Standar	Keterangan
Pengetahuan (X1)	0,740	0,6	Reliabel
Promosi (X2)	0,615	0,6	Reliabel
Lokasi (X3)	0,638	0,6	Reliabel
Minat (Y)	0,713	0,6	Reliabel

**Sumber:** Data primer diolah, 2020

Pada tabel 4.5 menunjukkan bahwa nilai koefisien reliabilitas (Cronbach Alpha) pada variabel Pengetahuan (X1)  $0.740 > 0,6$  nilai (Standar Alpha), Promosi (X2)  $0.615 > 0,6$  nilai (Standar Alpha), Lokasi (X3)  $0.638 > 0,6$  nilai (Standar Alpha), dan Minat (Y)  $0.713 > 0,6$  nilai (Standar Alpha). Maka kesimpulannya adalah semua instrumen variabel yang diuji tersebut reliabel atau terpercaya.

### 4.3.3 Uji Normalitas Data

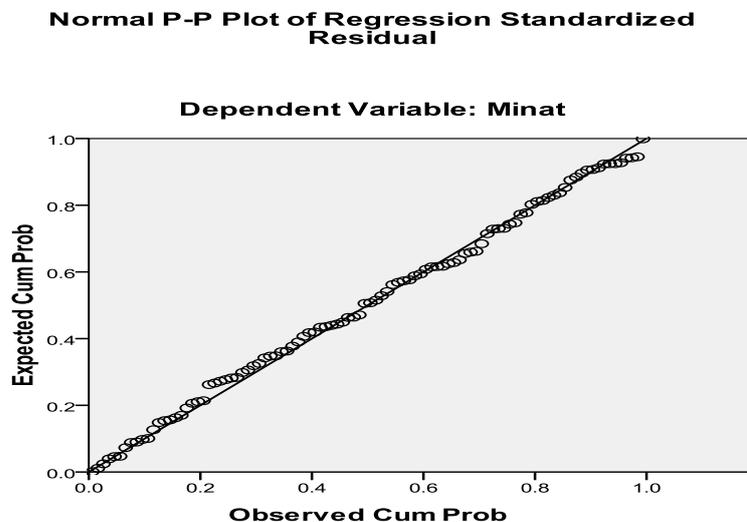
Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel independen (Minat Menabung di Bank Aceh) dan dependen (Pengetahuan, promosi dan lokasi) memiliki distribusi yang normal, dengan cara melihat grafik normal P-P Plot untuk mendeteksi normalitas data.<sup>81</sup>

<sup>80</sup>*Ibid.*, h. 146-148

<sup>81</sup>Singgih Santoso, *Buku Latihan SPSS Statistik Parametrik* (Jakarta : PT. Elex Media Komputindo,2000), h.214

Gambar 4.1

## Grafik Normal P-P Plot



**Sumber:** Data primer di olah 2020

Pada Gambar 4.1. Grafik Normal P-P Plot menunjukkan bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.<sup>82</sup>

#### 4.3.4 Uji Asumsi Klasik

##### 1. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan yang berarti antara masing-masing variabel bebas ( $X_1$ ,  $X_2$ , dan  $X_3$ ) dalam model regresi.<sup>83</sup> Cara yang digunakan untuk menilainya adalah dengan melihat nilai faktor inflasi varian (*Variance Inflasi Factor/VIF*), yang tidak melebihi 4 atau 5.<sup>84</sup>

<sup>82</sup>Azuar Juliandi dan Irfan, *Metodologi Penelitian...*, h. 169

<sup>83</sup>Bambang Prasetyo; Lina Miftahul Jannah, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2008), h. 98

<sup>84</sup>Azuar Juliandi dan Irfan, *Metodologi Penelitian...*, h. 170

**Tabel 4.6****Hasil Uji Multikolinieritas**

Coefficients <sup>a</sup>		
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Pengetahuan	.957	1.045
Promosi	.972	1.029
Lokasi	.945	1.059

a. Dependent Variable: Minat

Sumber: Data primer diolah, 2020

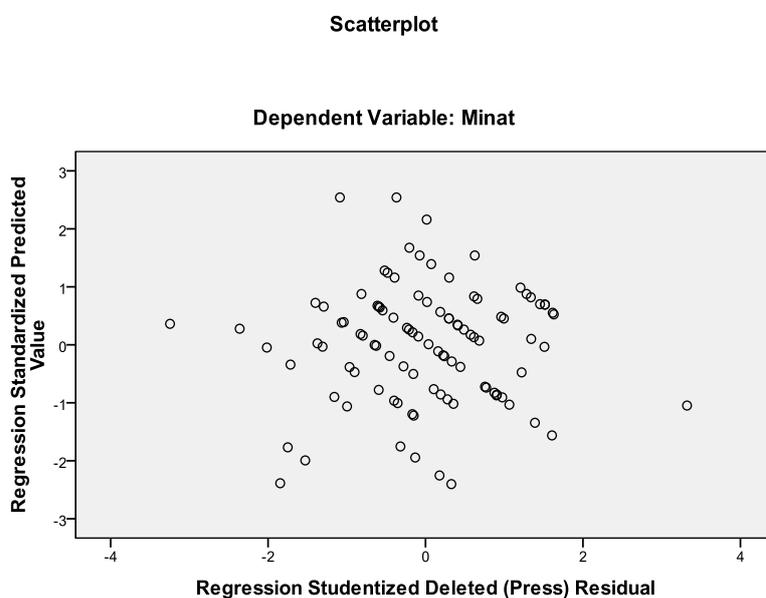
Pada Tabel 4.6 menunjukkan bahwa nilai VIF pada model variabel pengetahuan (1.045), promosi (1.029), dan lokasi (1.095), yang berarti membuktikan tidak terjadi multikolinieritas dalam variabel independen ini.

## 2. Uji Heterokedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain. Dasar pengambilan keputusannya adalah: jika suatu pola tertentu, seperti titik-titik (point-point) yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur, maka terjadi heterokedastisitas. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik (point-point) menyebar dibawah dan di atas angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastisitas.<sup>85</sup>

---

<sup>85</sup>*Ibid.*, h. 171

**Gambar 4.2****Hasil Uji Asumsi Klasik Heterokedastisitas**

Sumber: Data primer diolah, 2020

Pada Gambar 4.2 menunjukkan bahwa titik-titik menyebar secara acak dan tidak membentuk pola yang jelas/teratur, serta tersebar baik di atas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Dengan demikian bahwa tidak terjadi heterokedastisitas pada model regresi ini.

#### 4.3.5 Uji Regresi Linear Berganda

Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan.<sup>86</sup> Dengan ditingkatkannya 100%.<sup>87</sup>

---

<sup>86</sup>Tim Dosen Ekonometrika dan Tim Asisten Praktikum, *Buku Pedoman Praktikum Ekonometrika*, (Malang: Universitas Brawijaya, 2015), h. 6-7

**Tabel 4.7****Hasil Uji Regresi Linear Berganda****Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.884	1.234		.716	.476
	Pengetahuan	.458	.067	.505	6.791	.000
	Promosi	.248	.067	.272	3.693	.000
	Lokasi	.269	.079	.256	3.420	.001

a. Dependent Variable: Minat

Sumber: Data primer diolah. 2020

Berdasarkan tabel 4.7 diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$Y = 0.884 + 0.458(X_1) + 0.248(X_2) + 0.269(X_3)$  dari hasil persamaan tersebut menjelaskan :

1. Nilai konstanta sebesar 0.884 menyatakan bahwa jika ada faktor pengetahuan, promosi dan lokasi maka minat masyarakat sebesar 0.884.
2. Koefisien regresi  $X_1$  sebesar 0.458, menyatakan bahwa jika  $X_1$  (pengetahuan) ditingkatkan 100% maka minat menabung masyarakat di Bank Aceh akan meningkat sebesar 0.458.
3. Koefisien regresi  $X_2$  sebesar 0.248, menyatakan bahwa jika  $X_2$  (promosi) ditingkatkan 100% maka minat menabung masyarakat di Bank Aceh akan meningkat sebesar 0.248.

---

<sup>87</sup>Azuar Juliandi dan Irfan, *Metodologi Penelitian...*, h. 174

4. Koefisien regresi X3 sebesar 0.269, menyatakan bahwa jika X3 (lokasi) ditingkatkan 100% maka minat menabung masyarakat di Bank Aceh akan meningkat sebesar 0.269.

#### 4.3.6 Uji Hipotesis

##### 1. Uji t (Uji Parsial)

Uji t dilakukan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel independen (pengetahuan, promosi dan lokasi) secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (minat menabung di Bank Aceh) yang berarti berpengaruh signifikan jika nilai probabilitas yang dihitung  $< 0,05$  (signifikansi yang ditetapkan).<sup>88</sup>

Tabel 4.8

Hasil Uji t (Uji Parsial)

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.884	1.234		.716	.476
	Pengetahuan	.458	.067	.505	6.791	.000
	Promosi	.248	.067	.272	3.693	.000
	Lokasi	.269	.079	.256	3.420	.001

a. Dependent Variable: Minat

Sumber: Data primer diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.8 diatas dapat disimpulkan bahwa:

1. Untuk pertanyaan rumusan masalah yang pertama berbunyi “Bagaimana pengetahuan mempengaruhi minat masyarakat menabung di Bank Aceh”.

Dengan hipotesis:

<sup>88</sup>Mudrajad Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*, (Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama, 2009), h. 238

Ho1: Tidak terdapat pengaruh Pengetahuan (X1) terhadap minat masyarakat menabung di Bank Aceh.

Ha1: Terdapat pengaruh Pengetahuan (X1) terhadap keputusan masyarakat minat di Bank Aceh.

Dari hasil pengujian secara parsial bahwa faktor pengetahuan memperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 6.791 (positif) dan nilai probabilitas yang dihitung  $0.000 < 0.05$  probabilitas yang ditetapkan, berarti signifikan dan menerima Ha1 dan menolak Ho1, maka terdapat berpengaruh positif dan signifikan pada variabel pengetahuan terhadap minat masyarakat menabung di Bank Aceh.

2. Untuk pertanyaan rumusan masalah yang kedua “Bagaimana promosi mempengaruhi minat masyarakat menabung di Bank Aceh”.

Dengan hipotesis:

Ho2: Tidak terdapat pengaruh Promosi (X2) terhadap minat masyarakat menabung di Bank Aceh.

Ha2: Terdapat pengaruh promosi (X2) terhadap minat masyarakat menabung di Bank Aceh.

Dari hasil pengujian secara parsial bahwa faktor promosi memperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3.693 (positif) dan nilai probabilitas yang dihitung  $0.000 < 0.05$  probabilitas yang ditetapkan, berarti signifikan dan menerima Ha2 dan menolak Ho2, maka terdapat pengaruh positif dan signifikan pada variabel promosi terhadap minat masyarakat menabung di Bank Aceh.

3. Untuk pertanyaan rumusan masalah yang ketiga ”Bagaimana lokasi mempengaruhi minat masyarakat menabung di Bank Aceh”.

Dengan hipotesis:

Ho3: Tidak terdapat pengaruh Lokasi(X3) terhadap minat masyarakat menabung di Bank Aceh.

Ha3: Terdapat pengaruh Lokasi (X3) terhadap minat masyarakat menabung di Bank Aceh.

Dari hasil pengujian secara parsial bahwa faktor lokasi memperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3.420 (positif) dan nilai probabilitas yang dihitung  $0.001 < 0.05$  probabilitas yang ditetapkan, berarti signifikan dan menerima Ha3 dan menolak Ho3, maka terdapat pengaruh positif dan signifikan pada variabel lokasi terhadap minat masyarakat menabung di Bank Aceh.

## 2. Uji F (Uji Simultan)

Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas (pengetahuan, promosi dan lokasi) yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat (minat masyarakat menabung di Bank Aceh).<sup>89</sup> Untuk menganalisis hipotesis diterima atau ditolak, maka dapat dilihat nilai F yakni nilai probabilitasnya, berpengaruh signifikan jika nilai probabilitas yang dihitung  $< 0,05$  (signifikansi yang ditetapkan).<sup>90</sup>

---

<sup>89</sup>*Ibid.*,h. 239

<sup>90</sup>Azuar Juliandi dan Irfan, *Metodologi Penelitian...*, h. 175

**Tabel 4.9**

Hasil Uji F (Uji Simultan)

**ANOVA<sup>b</sup>**

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	197.357	3	65.786	31.087	.000 <sup>a</sup>
Residual	203.153	96	2.116		
Total	400.510	99			

a. Predictors: (Constant), Lokasi, Promosi, Pengetahuan

b. Dependent Variable: Minat

Sumber: Data primer diolah,2020

Berdasarkan Tabel 4.13 dapat di simpulkan bahwa:

Untuk pertanyaan rumusan masalah yang keempat berbunyi “Apakah faktor pengetahuan, promosi dan lokasi berpengaruh terhadap minat masyarakat menabung di Bank Aceh”.

Dengan hipotesis:

Ho4: Tidak terdapat pengaruh Pengetahuan (X1), Promosi (X2) dan Lokasi (X3) terhadap minat masyarakat menabung di Bank Aceh.

Ha4: Terdapat pengaruh Pengetahuan (X1), Promosi (X2) dan Lokasi (X3) terhadap minat masyarakat menabung di Bank Aceh.

Dari hasil pengujian secara simultan bahwa faktor pengetahuan, promosi dan lokasi memperoleh nilai sebesar 31.087 (positif) dan nilai probabilitas yang di hitung  $0.000 < 0.05$  probabilitas yang ditetapkan, berarti signifikan dan menerima Ha4 dan menolak Ho4, maka terdapat pengaruh positif dan signifikan pada

variabel pengetahuan, promosi dan lokasi terhadap minat masyarakat menabung di Bank Aceh.

#### 4.3.7 Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

“Koefisien determinasi( $R^2$ ) untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat (Minat Masyarakat Menabung di Bank Aceh).<sup>91</sup>

**Tabel 4.10**

Hasil Uji Koefisien Determinasi

**Model Summary<sup>p</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.702 <sup>a</sup>	.493	.477	1.455	.493	31.087	3	96	.000

a. Predictors: (Constant), Lokasi, Promosi, Pengetahuan

b. Dependent Variable: Minat

Sumber: Data primer diolah, 2020

Pada Tabel 4.10 menunjukkan nilai AdjustedR-Square sebesar 0.477, yang berarti bahwa 47,7% variasi nilai minat masyarakat menabung di Bank Aceh yang ditentukan oleh tiga variabel yang berpengaruh terhadap minat masyarakat menabung di Bank Aceh yaitu pengetahuan, promosi dan lokasi Bank Aceh. Sedangkan sisanya (100% - 47,7% = 52,3%) dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model persamaan tersebut di atas.

<sup>91</sup>Mudrajad Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis...*, h. 240

#### 4.4 Analisis Hasil Penelitian

1. Pengaruh faktor pengetahuan terhadap minat masyarakat menabung di Bank Aceh.

Dari hasil Uji t pada tabel 4.10 diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 6.791 (positif) dan nilai probabilitas yang dihitung  $0.000 < 0.05$  probabilitas yang ditetapkan yang berarti terdapat pengaruh positif signifikan dan menerima  $H_1$  dan menolak  $H_0$ , maka pada faktor pengetahuan terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat menabung di Bank Aceh. Artinya semakin tinggi pengetahuan masyarakat tentang Bank Aceh maka semakin tinggi pula minat masyarakat menabung di Bank Aceh. Dengan menilai tiga kriteria yaitu: (1) Bank Aceh berlandaskan nilai Islam, (2) Konsep dan mekanisme Bank Aceh dan (3) Istilah-istilah akad yang digunakan di Bank Aceh.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Nur Jannah (2014)<sup>92</sup> tentang Pengaruh Pengetahuan Mahasiswa Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menjadi Nasabah ( Studi Kasus pada mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Walisongo). Hasil penelitian membuktikan bahwa hasil pengujian hipotesis diketahui  $t_{hitung}$  2.604 (positif) dan nilai  $sig < \alpha$  yaitu  $0.008 < 0.05$  secara parsial berpengaruh signifikan, artinya pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa menjadi nasabah, menerima  $H_a$  dan menolak  $H_0$ .

---

<sup>92</sup>Nur Jannah, "Pengaruh Pengetahuan Mahasiswa Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menjadi Nasabah (Studi Kasus pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi Islam IAIN Walisongo), IAIN Walisongo, 2014

## 2. Pengaruh faktor promosi terhadap minat masyarakat menabung di Bank Aceh.

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa variabel promosi ( $X_2$ ) berdasarkan uji t diperoleh  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $3.693 > 1.985$  dan nilai probabilitas yang dihitung  $0.000 < 0.05$  probabilitas yang ditetapkan yang berarti terdapat pengaruh positif signifikan dan menerima  $H_{a2}$  dan menolak  $H_{o2}$ , maka pada faktor promosi terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat menabung di Bank Aceh. Artinya semakin bagus promosi yang dilakukan oleh Bank Aceh maka semakin tinggi pula minat masyarakat menabung di Bank Aceh. Dengan menilai tiga kriteria yaitu: (1) Sosialisasi tentang Bank Aceh, (2) Brosur yang informatif dan (3) Iklan yang menarik.

## 3. Pengaruh faktor lokasi terhadap minat masyarakat menabung di Bank Aceh.

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa variabel lokasi ( $X_3$ ) berdasarkan uji t diperoleh  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $3.420 > 1.985$ . Dan nilai probabilitas yang dihitung  $0.001 < 0.05$  probabilitas yang ditetapkan yang berarti terdapat pengaruh positif signifikan dan menerima  $H_{a3}$  dan menolak  $H_{o3}$ , maka pada faktor lokasi terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat menabung di Bank Aceh. Artinya semakin mudah dijangkau lokasi Bank Aceh maka semakin tinggi pula minat masyarakat menabung di Bank Aceh. Dengan menilai tiga kriteria yaitu: (1) Mudah dilalui transportasi umum, (2) Lokasi Bank Aceh terlihat jelas dari tepi jalan dan (3) Lokasi parkir aman dan nyaman.

Penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Eka NopitaSari (2017)<sup>93</sup> tentang Pengaruh Lokasi, Produk, Reputasi dan Pelayanan terhadap Keputusan Mahasiswa IAIN Surakarta menggunakan Bank Syariah. Hasil penelitian membuktikan bahwa hasil pengujian hipotesis diketahui  $t_{hitung}$  2.655 (positif) dan nilai  $sig < \alpha$  yaitu  $0.009 < 0.05$  secara parsial berpengaruh signifikan, artinya lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah, menerima  $H_a$  dan menolak  $H_o$ .

---

<sup>93</sup>Eka Nopita Sari, "*Pengaruh Lokasi, Produk, Reputasi dan Pelayanan terhadap Keputusan Mahasiswa IAIN Surakarta menggunakan Bank Syariah*" IAIN Surakarta, 2017

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan penelitian ini mengenai Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menabung di Bank Aceh yang peneliti teliti menjawab rumusan masalah yang peneliti teliti bahwa:

1. Berdasarkan pengujian secara parsial variabel pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat menabung di Bank Aceh. (Nilai sig sebesar 0.000 dan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 6.791).
2. Berdasarkan pengujian secara parsial variabel promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat menabung di Bank Aceh. (Nilai sig sebesar 0.000 dan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3.693).
3. Berdasarkan pengujian secara parsial variabel lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat menabung di Bank Aceh. (Nilai sig sebesar 0.001 dan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3.420).
4. Berdasarkan pengujian secara simultan variabel pengetahuan, promosi dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat menabung di Bank Aceh. (Nilai sig 0.000 dan  $f_{hitung}$  sebesar 31.087).

#### **5.2 Saran**

Berdasarkan hasil penelitian ini maka peneliti memberikan saran kepada beberapa pihak yaitu meliputi:

1. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan referensi terutama bagi mahasiswa Program Studi (Prodi) Perbankan Syariah IAIN Langsa.
2. Perbankan Syariah, hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi pihak Perbankan Syariah untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi minat masyarakat untuk menabung di Bank Aceh. Dan meningkatkan strategi pemasaran yang baik agar dapat menarik minat masyarakat atau pun mahasiswa untuk menabung di Bank Syariah dengan menerapkan prinsip-prinsip yang sesuai dengan syariah.
3. Peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan rujukan untuk penelitian selanjutnya, dengan menambahkan variabel independen serta memperbanyak populasi yang ada di kabupaten Gayo Lues agar dapat memperkuat penelitian yang ada

## DAFTAR PUSTAKA

- Adawiyah, Wiwiek Rabiatul, *"Pertimbangan, Pengetahuan, dan Sikap Konsumen Individu terhadap Bank Syariah"* Jurnal Ekonomi Pembangunan Volume 12, Nomor 2, Desember 2010
- Ali, Zainuddin, *Hukum Perbankan Syariah*, Jakarta: Sinar Grafika, 2010.
- Antonio, Muhammad Syafi'i, *Syari'ah dari Teori ke Praktek*, Jakarta: Gema Insani, 2001.
- Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah*, edisi. 1 cet. 4, Jakarta: Rajawali Pers , 2013
- Asri, Faradilla Novita *"Analisis Faktor Pertimbangan Dan Pengetahuan Masyarakat Surakarta Terhadap Minat Menabung Di Bank Syari'ah Mandiri"* (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Surakarta, 2017
- Basrowi dan Suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif*, Jakarta: Rineka Cipta, 2008
- Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, Pena Pundi Aksara, 2002
- Emmang, Gusmail, *"Faktor-faktor yang Berpengaruh Terhadap Kurangnya Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah"* Skripsi, Universitas Islam Negeri Alaudin Makassar, 2016
- Hasan, Zubairi, *Undang-undang Perbankan Syariah: Titik Temu Hukum Islam dan Hukum Nasional*, Jakarta: Rajawali Pers, 2009
- <https://finance.detik.com>
- <http://infobanknews.com>
- <http://www.bappeda.gayolueskab.go.id>
- <http://www.bankaceh.co.id>
- Jannah, Nur, *Pengaruh Pengetahuan Mahasiswa Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menjadi Nasabah* (Studi Kasus pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi Islam IAIN Walisongo), Skripsi, IAIN Walisongo, 2014
- Juliand, Azuar i dan Irfan, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Medan: Perdana MulyaSaran, 2013
- Karim, Adiwarmn A, *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan*, Jakarta:Rajawali Pers, 2011
- Kasmir, *Manajemen Perbankan*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2007
- Kuncoro, Mudrajad, *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*, Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama, 2009
- Machmud, Amir dan Rukmana, *Bank Syariah Teori, Kebijakan, dan Studi Empiris di Indonesia*, Jakarta: Gelora Aksara Pratama, 2010

- Maulida, Isnaini “*Analisis Pengaruh Promosi dan Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Menabung pada BMT Taruna Sejahtera Cabang Tuntang*” Skripsi, IAIN Sala Tiga, 2016
- Martono, Nanang, *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2010
- Misbach, Irwan, *Bank Syariah: Kualitas Layanan, Kepuasan dan Kepercayaan*, cetakan I, Makassar: Alauddin Press, 2013
- Narbuko, Cholid dan Abu Achmadi, *Metode Penelitian*, Jakarta: Bumi Aksara, 2003
- Prasetyo, Bambang dan Lina Miftahul Jannah, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Jakarta : PT. RajaGrafindo Persada, 2008
- Rodin, Dede, *Tafsir Ayat Ekonomi*, Semarang: Karya Abadi Jaya, 2015
- Shihab, M. Quraish, *Tafsir Al-Misbah Pesan, Kesan dan Keserasian Al-Qur’an*, Jakarta: Lentera Hati, 2002
- Sjahdeini,Sutan Remy, *Perbankan Syariah: Produk-Produk dan Aspek-Aspek Hukumnya*, Cet. I, Jakarta:Kencana Pranadamedia Group, 2014
- Soemitra, Andri, *Bank dan lembaga Keuangan Syariah*, Jakarta: Kencana, 2009
- Sudarsono, Heri, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, Yogyakarta: Ekonisia, 2007
- Sugiono, *metode penelitian pendidikan:pendekatan kuantitatif,kualitatif dan R&D*,Cet. 13 Bandung: Alvabeta, 2011
- Supangat, Andi, *Statistika Dalam Kajian Deskriptif, Inferensi dan Nonparametrik*, Jakarta: Kencana, 2007
- Supriyono, Maryanto, *Buku Pintar Perbankan*, Yogyakarta: CV ANDI, 2011
- Tim Dosen Ekonometrika dan Tim Asisten Praktikum, *Buku Pedoman Praktikum Ekonometrika*, Malang: Universitas Brawijaya, 2015
- Wangswidjaja Z, *Pembiayaan Bank Syariah*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2012
- Wirartha, I Made, *Metodelogi Penelitian Sosial Ekonomi*, Ed I, Yogyakarta: ANDI, 2006

## KUESIONER PENELITIAN

Dengan ini saya Fatimah mahasiswa semester IX (Sembilan) Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomidan Bisnis Islam IAIN Langsa memohon kesediaan bapak/ibu untuk mengisi daftar kuesioner yang berjudul “FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MASYARAKAT MENABUNG DI BANK ACEH” ( Studi kasus padamasyarakat kabupaten Gayo Lues) informasi yang bapak/ibu berikan merupakanbantuan yang sangat berarti dalam menyelesaikan penelitian ini. Bantuan dan perhatiannya saya ucapkan banyak terima kasih.

### IDENTITAS RESPONDEN

NAMA :

JENIS KELAMIN :

ALAMAT :

PEKERJAAN :

UMUR :

Berilah tanda (√) pada kolom bapak/ibu,saudara/I, pilih sesuai keadaan yang sebenarnya dengan alternative jawaban sebagai berikut:

5 = Sangat Setuju (SS)

4 = Setuju (S)

3 = Netral (N)

2 = Tidak Setuju (TS)

1 = sangat Tidak Setuju (STS)

## 1. Pengetahuan

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya berminat menabung di Bank Aceh karena Bank Aceh berlandaskan nilai Islam.					
2	Saya berminat menabung di Bank Aceh karena telah mengetahui tentang konsep dan mekanisme Bank Aceh.					
3	Saya berminat menabung di Bank Aceh karena telah mengetahui istilah – istilah akad yang digunakan di Bank Aceh.					

## 2. Promosi

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Brosur Bank Aceh jelas dan menarik sehingga saya berminat menabung di Bank Aceh					
2	Saya berminat menabung di Bank Aceh karena iklan yang menarik.					
3	Saya berminat menabung di Bank Aceh karena iklan yang informatif.					

## 3. Lokasi

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya berminat menabung di Bank Aceh karena mudah dilalui oleh transportasi umum.					
2	Saya berminat menabung di Bank Aceh karena lokasi bank Aceh terlihat jelas dari tepi jalan.					
3	Saya berminat menabung di Bank Aceh karena lokasi parkir yang aman dan nyaman.					

## 4. Minat menabung di Bank Aceh

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Banyaknya pengetahuan saya tentang Bank Aceh sehingga saya berminat menabung di Bank Aceh.					
2	Saya berminat menabung di Bank Aceh karena adanya promosi dan sosialisasi dari Bank Aceh.					
3	Lokasi Bank Aceh yang strategis mempengaruhi minat saya menabung di Bank Aceh.					

**LAMPIRAN 1:****Hasil Jawaban Responden**

<b>Tabulasi Data</b>																
	<b>Pengetahuan</b>			<b>Jumlah</b>	<b>Promosi</b>			<b>Jumlah</b>	<b>Lokasi</b>			<b>Jumlah</b>	<b>Minat</b>			<b>Jumlah</b>
<b>No</b>	<b>X1.1</b>	<b>X1.2</b>	<b>X1.3</b>	<b>X1</b>	<b>X2.1</b>	<b>X2.2</b>	<b>X2.3</b>	<b>X2</b>	<b>X3.1</b>	<b>X3.2</b>	<b>X3.3</b>	<b>X3</b>	<b>Y.1</b>	<b>Y.2</b>	<b>Y.3</b>	<b>Y</b>
1	4	4	3	11	3	2	3	8	3	4	3	10	4	3	4	11
2	3	3	4	10	4	5	5	14	5	5	3	13	3	2	3	8
3	4	2	5	11	5	1	3	9	1	5	4	10	4	5	2	11
4	4	4	4	12	2	1	3	6	4	4	3	11	3	4	3	10
5	4	5	5	14	1	2	5	8	5	5	5	15	5	5	5	15
6	4	4	4	12	1	2	2	5	5	5	4	14	4	4	4	12
7	2	3	4	9	3	4	3	10	4	4	3	11	5	5	5	15
8	3	3	4	10	4	3	4	11	4	3	3	10	4	3	5	12
9	3	3	3	9	3	5	3	11	3	3	4	10	3	3	3	9
10	4	4	4	12	4	4	5	13	3	3	3	9	4	5	4	13
11	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	4	14
12	5	4	4	13	4	5	5	14	2	3	3	8	5	3	3	11
13	3	3	3	9	4	4	2	10	4	4	4	12	3	4	4	11
14	5	5	5	15	3	1	5	9	3	3	5	11	4	3	4	11
15	4	4	4	12	5	3	3	11	5	5	4	14	4	3	5	12
16	4	4	3	11	4	3	4	11	4	4	4	12	4	3	3	10
17	4	4	3	11	3	2	4	9	5	4	4	13	4	4	3	11

18	3	4	4	11	4	4	4	12	5	5	4	14	5	5	5	15
19	5	3	2	10	5	5	5	15	4	4	4	12	5	4	4	13
20	4	3	3	10	5	3	4	12	5	4	4	13	4	4	4	12
21	4	4	3	11	5	5	4	14	5	5	4	14	5	5	5	15
22	5	4	3	12	3	3	3	9	5	4	4	13	5	4	4	13
23	3	3	2	8	2	3	5	10	4	2	4	10	5	4	3	12
24	4	3	3	10	1	2	2	5	5	5	3	13	4	3	3	10
25	2	2	2	6	4	3	3	10	3	3	3	9	3	3	3	9
26	4	4	5	13	3	5	5	13	5	5	5	15	5	5	5	15
27	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15
28	4	4	4	12	4	5	4	13	4	5	3	12	4	4	4	12
29	4	3	3	10	4	4	5	13	5	5	3	13	4	3	4	11
30	4	3	3	10	3	3	4	10	4	5	2	11	4	4	4	12
31	5	5	5	15	4	2	5	11	2	4	3	9	5	5	5	15
32	2	4	2	8	3	5	3	11	2	3	3	8	2	2	3	7
33	4	4	3	11	4	4	4	12	4	5	3	12	4	4	4	12
34	4	3	3	10	3	3	4	10	5	5	3	13	3	3	3	9
35	5	3	4	12	3	5	4	12	3	5	5	13	4	4	3	11
36	4	4	3	11	4	4	4	12	4	4	3	11	3	2	4	9
37	3	2	3	8	3	4	3	10	3	3	2	8	3	3	3	9
38	5	5	5	15	5	5	5	15	4	4	5	13	5	5	5	15
39	5	5	5	15	2	3	3	8	4	4	4	12	5	3	5	13
40	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12
41	4	3	3	10	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12

42	4	5	3	12	5	4	4	13	3	5	2	10	5	2	5	12
43	4	5	3	12	4	3	5	12	5	4	4	13	5	4	3	12
44	3	1	2	6	4	5	3	12	5	5	5	15	3	5	4	12
45	4	3	5	12	4	4	4	12	4	4	3	11	3	3	3	9
46	3	3	3	9	4	3	4	11	4	4	3	11	4	4	4	12
47	4	4	5	13	4	4	5	13	5	5	5	15	5	4	5	14
48	2	3	2	7	5	5	2	12	4	5	4	13	3	3	4	10
49	4	3	3	10	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	3	11
50	4	4	3	11	5	5	5	15	5	5	5	15	5	4	4	13
51	5	3	3	11	4	2	4	10	5	4	4	13	3	5	3	11
52	4	3	3	10	4	2	2	8	5	5	4	14	4	3	4	11
53	4	3	3	10	3	3	3	9	4	4	3	11	3	3	3	9
54	3	3	3	9	3	2	3	8	4	5	4	13	4	3	4	11
55	4	2	2	8	5	5	4	14	4	5	4	13	5	3	4	12
56	4	2	2	8	5	5	5	15	4	5	4	13	4	4	4	12
57	4	4	4	12	4	2	5	11	3	3	5	11	5	4	5	14
58	4	4	4	12	3	4	4	11	3	2	3	8	3	4	3	10
59	3	2	3	8	5	4	5	14	4	4	2	10	5	3	4	12
60	2	2	1	5	4	4	4	12	4	4	3	11	2	2	3	7
61	4	2	2	8	4	3	4	11	4	4	4	12	4	2	4	10
62	4	3	3	10	4	3	4	11	5	5	4	14	4	3	3	10
63	4	4	2	10	5	5	5	15	4	4	2	10	5	4	5	14
64	4	4	3	11	4	4	4	12	5	4	4	13	5	4	4	13
65	3	4	4	11	5	4	5	14	5	5	4	14	5	3	4	12

66	3	3	3	9	2	2	4	8	5	5	4	14	5	4	3	12
67	3	2	2	7	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9
68	5	5	5	15	5	1	5	11	3	3	3	9	5	5	5	15
69	5	5	5	15	4	1	5	10	4	5	4	13	5	3	5	13
70	4	4	4	12	4	5	5	14	5	5	5	15	5	4	5	14
71	4	4	3	11	5	3	5	13	4	5	5	14	5	5	5	15
72	4	4	4	12	5	3	5	13	3	3	4	10	4	5	4	13
73	4	5	3	12	4	3	4	11	4	5	4	13	5	5	4	14
74	5	4	4	13	4	3	2	9	4	4	5	13	5	4	4	13
75	4	3	3	10	3	5	5	13	5	5	5	15	5	4	4	13
76	4	3	2	9	4	2	4	10	5	5	4	14	5	4	4	13
77	2	2	2	6	2	4	3	9	3	4	3	10	2	2	2	6
78	3	3	2	8	4	3	3	10	3	4	2	9	3	3	3	9
79	3	4	3	10	5	4	4	13	3	4	4	11	5	4	3	12
80	4	3	3	10	4	4	4	12	5	5	5	15	4	3	4	11
81	4	3	4	11	3	3	4	10	5	5	4	14	5	4	4	13
82	3	3	3	9	5	5	5	15	5	5	5	15	4	3	5	12
83	4	4	4	12	4	2	5	11	4	4	4	12	4	4	4	12
84	5	4	3	12	5	3	5	13	5	5	3	13	5	4	5	14
85	4	4	3	11	3	2	4	9	5	5	4	14	4	3	4	11
86	4	2	2	8	4	3	4	11	4	4	3	11	3	4	3	10
87	4	4	4	12	4	4	5	13	4	5	2	11	5	4	5	14
88	5	3	4	12	4	5	5	14	3	4	5	12	5	5	5	15
89	4	3	2	9	2	2	5	9	4	4	4	12	4	4	4	12

90	4	4	3	11	4	2	3	9	4	5	3	12	3	4	3	10
91	3	5	2	10	5	4	5	14	5	5	4	14	5	5	5	15
92	3	2	2	7	5	3	4	12	4	4	3	11	5	3	4	12
93	3	3	4	10	5	1	5	11	5	5	5	15	5	3	4	12
94	4	5	2	11	4	3	4	11	5	4	4	13	5	2	4	11
95	5	5	4	14	4	5	4	13	5	5	4	14	5	5	4	14
96	4	4	5	13	4	3	5	12	5	3	4	12	5	4	5	14
97	4	4	5	13	5	4	4	13	4	4	5	13	4	5	4	13
98	4	5	3	12	3	5	4	12	5	5	4	14	5	4	4	13
99	4	5	3	12	5	4	4	13	3	4	4	11	4	5	4	13
100	4	4	5	13	4	5	4	13	5	4	4	13	5	4	5	14

## LAMPIRAN 2:

### Hasil Uji Validitas

#### 1. Hasil Uji Validitas Variabel Pengetahuan (X1)

##### Correlations

		Item1	Item2	Item3	Pengetahuan
Item1	Pearson Correlation	1	.493**	.476**	.773**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
Item2	Pearson Correlation	.493**	1	.514**	.830**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100
Item3	Pearson Correlation	.476**	.514**	1	.836**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100
Pengetahuan	Pearson Correlation	.773**	.830**	.836**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

#### 2. Hasil Uji Validitas Variabel Promosi (X2)

##### Correlations

		Item1	Item2	Item3	Promosi
Item1	Pearson Correlation	1	.305**	.346**	.751**
	Sig. (2-tailed)		.002	.000	.000
	N	100	100	100	100
Item2	Pearson Correlation	.305**	1	.163	.746**
	Sig. (2-tailed)	.002		.106	.000
	N	100	100	100	100
Item3	Pearson Correlation	.346**	.163	1	.644**
	Sig. (2-tailed)	.000	.106		.000
	N	100	100	100	100
Promosi	Pearson Correlation	.751**	.746**	.644**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

### 3. Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi (X3)

#### Correlations

		Item1	Item2	Item3	Lokasi
Item1	Pearson Correlation	1	.538**	.336**	.829**
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.000
	N	100	100	100	100
Item2	Pearson Correlation	.538**	1	.242*	.759**
	Sig. (2-tailed)	.000		.015	.000
	N	100	100	100	100
Item3	Pearson Correlation	.336**	.242*	1	.698**
	Sig. (2-tailed)	.001	.015		.000
	N	100	100	100	100
Lokasi	Pearson Correlation	.829**	.759**	.698**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

### 4. Hasil Uji Validitas Variabel Minat (Y)

#### Correlations

		Item1	Item2	Item3	Minat
Item1	Pearson Correlation	1	.419**	.625**	.850**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
Item2	Pearson Correlation	.419**	1	.331**	.747**
	Sig. (2-tailed)	.000		.001	.000
	N	100	100	100	100
Item3	Pearson Correlation	.625**	.331**	1	.799**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001		.000
	N	100	100	100	100
Minat	Pearson Correlation	.850**	.747**	.799**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

**LAMPIRAN 3:**

**Hasil Uji Reliabilitas**

1. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Pengetahuan (X1)

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.740	3

2. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Promosi (X2)

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.615	3

3. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Lokasi (X3)

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.638	3

4. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Minat (Y)

**Reliability Statistics**

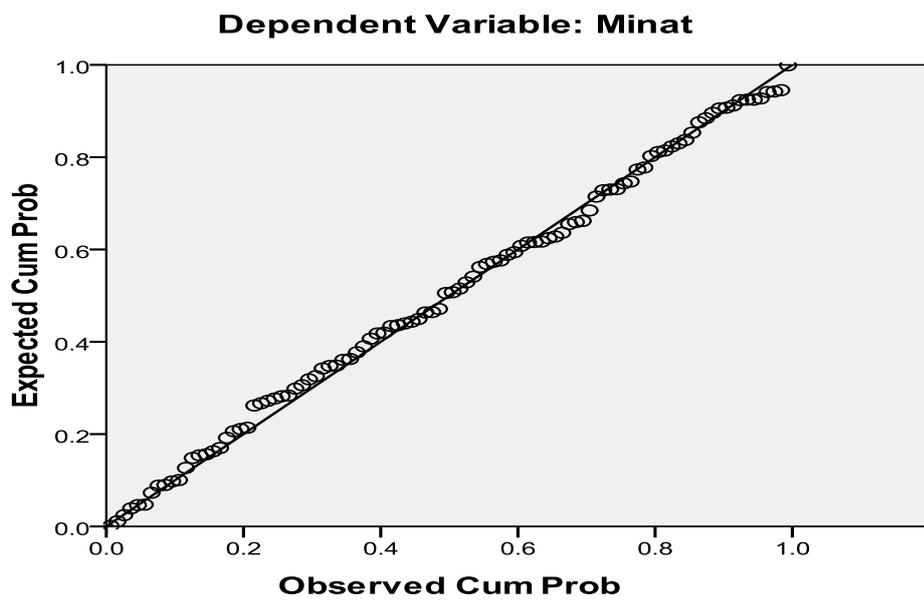
Cronbach's Alpha	N of Items
.713	3

**LAMPIRAN 4:**

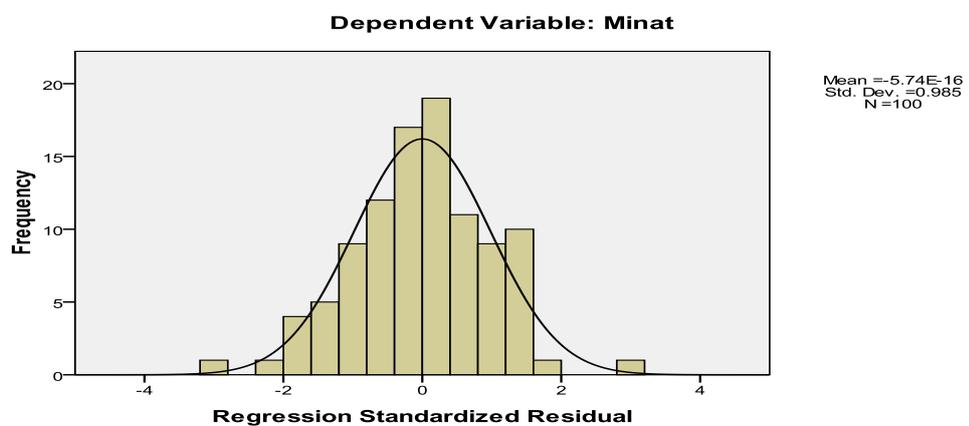
**Hasil Uji Asumsi Klasik**

1. Uji Normalitas

**Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual**



**Histogram**



## 2. Uji Multikolinieritas

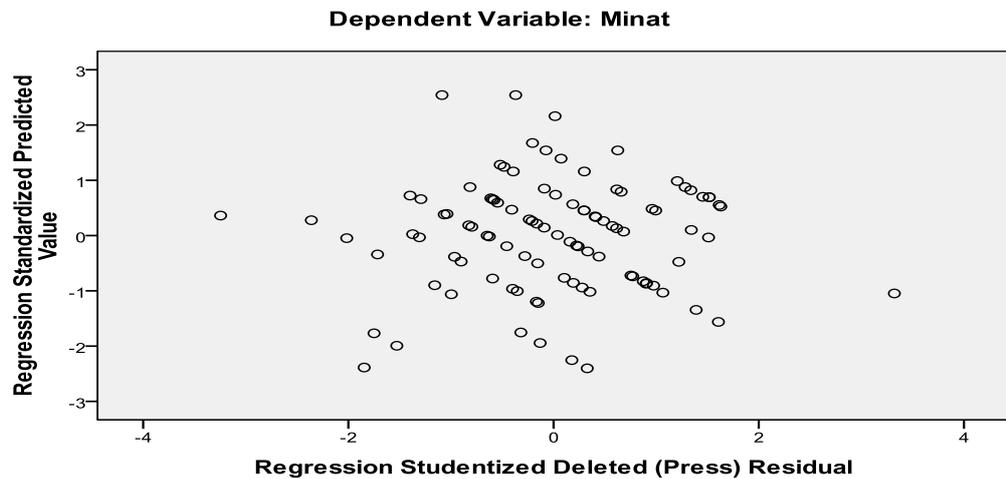
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	95,0% Confidence Interval for B		Correlations			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound	Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1 (Constant)	.884	1.234		.716	.476	-1.566	3.334					
Pengetahuan	.458	.067	.505	6.791	.000	.324	.592	.581	.570	.494	.957	1.045
Promosi	.248	.067	.272	3.693	.000	.115	.382	.361	.353	.268	.972	1.029
Lokasi	.269	.079	.256	3.420	.001	.113	.426	.395	.330	.249	.945	1.059

a. Dependent Variable: Minat

## 3. Uji Heterokedastisitas

**Scatterplot**



## LAMPIRAN 5:

### Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	T	Sig.	95,0% Confidence Interval for B		Correlations			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Lower Bound	Upper Bound	Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1 (Constant)	.884	1.234		.716	.476	-1.566	3.334					
Pengetahuan	.458	.067	.505	6.791	.000	.324	.592	.581	.570	.494	.957	1.045
Promosi	.248	.067	.272	3.693	.000	.115	.382	.361	.353	.268	.972	1.029
Lokasi	.269	.079	.256	3.420	.001	.113	.426	.395	.330	.249	.945	1.059

a. Dependent Variable: Minat

**LAMPIRAN 6:**

**Hasil Uji Hipotesis**

1. Hasil Uji t (Uji Parsial)

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	T	Sig.	95,0% Confidence Interval for B		Correlations			Collinearity Statistics		
	B	Std. Error				Lower Bound	Upper Bound	Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF	
1 (Constant)	.884	1.234		.716	.476	-1.566	3.334						
Pengetahuan	.458	.067	.505	6.791	.000	.324	.592	.581	.570	.494	.957	1.045	
Promosi	.248	.067	.272	3.693	.000	.115	.382	.361	.353	.268	.972	1.029	
Lokasi	.269	.079	.256	3.420	.001	.113	.426	.395	.330	.249	.945	1.059	

a. Dependent Variable: Minat

2. Hasil Uji F (Uji Simultan)

**ANOVA<sup>b</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	197.357	3	65.786	31.087	.000 <sup>a</sup>
	Residual	203.153	96	2.116		
	Total	400.510	99			

a. Predictors: (Constant), Lokasi, Promosi, Pengetahuan

b. Dependent Variable: Minat

**LAMPIRAN 7:**

**Hasil Uji Koefesien Determinasi ( $R^2$ )**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	.702 <sup>a</sup>	.493	.477	1.455	.493	31.087	3	96	.000	1.997

a. Predictors: (Constant), Lokasi, Promosi, Pengetahuan

b. Dependent Variable: Minat

**SURAT KEPUTUSAN**  
**DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA**  
**NOMOR 201 TAHUN 2019**  
**T E N T A N G**  
**PENETAPAN PEMBIMBING SKRIPSI MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA**

**DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA;**

- Menimbang : a. Bahwa untuk kelancaran Penyusunan Skripsi mahasiswa pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Langsa, maka dipandang perlu menunjuk Pembimbing Skripsi;  
b. Bahwa yang namanya tercantum dalam surat keputusan ini dipandang perlu dan cakap serta memenuhi syarat untuk ditunjuk dalam tugas tersebut;  
c. Untuk maksud tersebut di atas, dipandang perlu ditetapkan dalam surat keputusan.
- Meningat : 1. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012 Tentang Pendidikan Tinggi;  
2. Peraturan Pemerintah Nomor 37 Tahun 2009 Tentang Dosen;  
3. Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;  
4. Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 146 Tahun 2014 Tentang Perubahan Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Zawiyah Cot Kala Langsa Menjadi Institut Agama Islam Negeri Langsa;  
5. Peraturan Menteri Agama RI Nomor 10 Tahun 2015 Tanggal 12 Februari 2015 Tentang Organisasi dan Tata Kerja Institut Agama Islam Negeri Langsa;  
6. Keputusan Menteri Agama RI Nomor B.II/3/17201, tanggal 24 April 2019, tentang Pengangkatan Rektor Institut Agama Islam Negeri Langsa Masa Jabatan Tahun 2019-2023;  
7. Keputusan Menteri Agama RI Nomor 140 Tahun 2019, tanggal 09 Mei 2019, tentang Pengangkatan Dekan dan Wakil Dekan pada Institut Agama Islam Negeri Langsa Masa Jabatan Tahun 2019-2023;  
8. DIPA Nomor : 025.04.2.888040/2019, Tanggal 05 Desember 2018.
- Memperhatikan: Hasil Seminar Proposal Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam tanggal 18 Juli 2019.

**MEMUTUSKAN:**

- Menetapkan : **Dr. Safwan Kamal, M.E.I** sebagai Pembimbing I dan **Muhammad Ikhwan bin Mauluddin, M.Sh** sebagai Pembimbing II untuk Penulisan Skripsi Mahasiswa atas nama **Fatimah**, Nomor Induk Mahasiswa (NIM) :4012015052, dengan Judul Skripsi : **"Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menabung di Bank Aceh (Studi Kasus Masyarakat Kabupaten Gayo Lues)"**.
- Ketentuan : a. Masa bimbingan Skripsi maksimal 1 (Satu) Tahun terhitung mulai tanggal Keputusan ini sampai dengan pendaftaran Sidang Munaqasyah Skripsi;  
b. Masa Bimbingan kurang dari 1 (Satu) Tahun apabila masa studi telah berakhir;  
c. Setiap Bimbingan harus mengisi Lembar Konsultasi yang tersedia;  
d. Penyelesaian Skripsi yang melewati masa studi berlaku ketentuan tersendiri;  
e. Masa Studi Program Strata Satu (S1) adalah 7 (Tujuh) Tahun;  
f. Kepada Pembimbing I dan Pembimbing II tidak diperkenankan untuk merubah judul skripsi yang telah ditetapkan dalam SK, kecuali melalui proses pembahasan ulang dan harus berkoordinasi dengan Ka. Prodi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Langsa;  
g. Selama melaksanakan tugas ini kepada Pembimbing I dan Pembimbing II diberikan honorarium sesuai dengan ketentuan yang berlaku pada Institut Agama Islam Negeri Langsa;  
h. Surat Keputusan ini berlaku sejak tanggal ditetapkan dan apabila terdapat kekeliruan dalam Surat Keputusan ini maka akan dilakukan perbaikan sebagaimana mestinya.
- Kutipan Surat Keputusan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dapat dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di Langsa  
Pada Tanggal 31 Juli 2019 M  
28 Zulqa'dah 1440 H

Dekan  
  
Iskandar



- Tembusan :
1. Jurusan/Prodi di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa;
  2. Pembimbing I dan II;
  3. Mahasiswa yang bersangkutan.