

**PENGARUH PERSEPSI DAN RELIGIUSITAS MASYARAKAT  
TERHADAP MINAT MENABUNG DI PERBANKAN SYARIAH  
(Studi Kasus pada Masyarakat Kota Langsa)**

Oleh :

**RIZKI FADILLAH  
NIM : 4012017096**

Jurusan Program Studi  
**PERBANKAN SYARIAH**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
LANGSA  
2021**

**PERSETUJUAN**

Skripsi Berjudul :

**PENGARUH PERSEPSI DAN RELIGIUSITAS MASYARAKAT  
TERHADAP MINAT MENABUNG DI PERBANKAN SYARIAH**

**(Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Langsa)**

Oleh :

Rizki Fadillah

Nim : 4012017096

Dengan Disetujui Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperole Gelar  
Sarjana Ekonomi (SE) Pada Program Studi Perbankan Syariah

Langsa, 24 Mei 2021

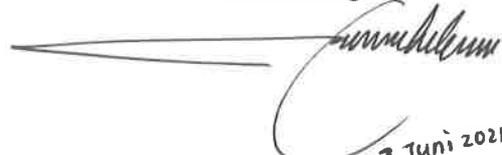
Pembimbing 1



Dr. Safwan Kamal, M.E.I

NIDN. 2018059002

Pembimbing 2



Faisal Umardani Hasibuan, M.M

NIP. 19840520 201803 1001

Menyetujui

Ketua Jurusan Perbankan Syariah



Fakhrizal Bin Mustafa, MA

NIP. 19850218 201801 1 001

## LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi berjudul “**PENGARUH PERSEPSI DAN RELIGIUSITAS MASYARAKAT TERHADAP MINAT MENABUNG DI PERBANKAN SYARIAH (Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Langsa)**” an. RIZKI FADILLAH, Nim 4012017096 Program Studi Perbankan Syariah telah dimunaqasyahkan dalam sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa pada tanggal 24 Agustus 2021. Skripsi ini telah diterima untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada program studi Perbankan Syariah.

Langsa, 24 Agustus 2021

Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi

Program Studi Perbankan Syariah IAIN Langsa

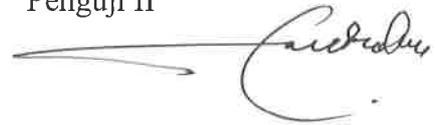
Penguji I



Dr. Safwan Kamal, M.E.I

NIDN. 2018059002

Penguji II



Faisal Umardani Hasibuan

NIP.19840520 201803 1001

Penguji III



Zikriatul Ulya, S.E., M.Si

NIDN. 2024029102

Penguji IV



Fakhrizal, Lc., M.A.

NIDN. 2018028502

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

IAIN Langsa



Dr. Iskandar Budiman, M. CL.

NIP. 19650616 199503 1 002

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rizki Fadillah  
Nim : 4012017096  
Tempat/Tgl. Lahir : Langsa, 29 September 1999  
Jurusan/Prodi : Perbankan Syariah (PBS)  
Fakultas/Program : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Pekerjaan : Mahasiswi  
Alamat : Jl. Imum Ali Dusun Bata Alue Beurawe Kota Langsa

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul **“Pengaruh Persepsi dan Religiusitas Masyarakat Terhadap Minat Menabung di Perbankan Syariah (Studi kasus pada masyarakat Kota Langsa)”** benar karya asli saya, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Apabila terdapat kesalahan dan keliruan di dalamnya, sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Langsa, 24 Mei 2021

Yang Menyatakan



**Rizki Fadillah**

**Nim. 4012017096**

## **MOTO DAN PERSEMBAHAN**

**"Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya"**

**(Q.S Al-Baqarah : 286)**

**"Kemenangan (keberhasilan) hanya dapat dicapai dengan kesabaran"**

**(HR. Attirmidzi)**

**Puji beserta syukur atas segala rahmat dan hidayah-Nya yang telah memberikan kekuatan, kesehatan, kesabaran serta kepahaman dalam menyelesaikan skripsi ini.**

**Skripsi ini Saya persembahkan untuk kedua Orang tua tercinta, Teruntuk (Ayah Kurnawi dan Ibu Zamilah) yang terus menerus mendoakan dan mengajarkan begitu banyak hal terutama menjelaskan arti dari sebuah kesabaran sehingga skripsi ini sampai ke titik ini. Beribu Terima kasih saya ucapkan untuk kedua Orang tua dan seluruh keluarga yang telah memberikan dukungan yang tanpa henti, Cinta kasih sayang yang tak pernah bisa terbalaskan. Terima kasih untuk diri sendiri yang sudah mampu bertahan dengan segala cobaan, Suka dan Duka dalam menyelesaikan Skripsi karya ilmiah yang indah ini.**

## ABSTRAK

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia dapat dilihat dari semakin beragamnya produk-produk perbankan syariah yang mampu membuat konsumen tertarik untuk memakai jasa perbankan syariah seperti pada produk penghimpunan dana yang akan diturunkan lagi menjadi produk tabungan, giro dan deposito. Awalnya perbankan syariah hanya dikenal oleh sebagian kecil masyarakat akan tetapi dengan terus berkembangnya perbankan syariah sekarang sudah banyak masyarakat di pelosok desa yang sudah mengenal perbankan syariah. Tujuan dari penelitian yang dijalankan oleh penulis ialah untuk mengetahui pengaruh persepsi terhadap minat menabung di perbankan syariah, untuk mengetahui pengaruh *religiusitas* terhadap minat menabung di perbankan syariah, dan untuk mengetahui pengaruh persepsi, *religiusitas* terhadap minat menabung di perbankan syariah. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian lapangan (field research). Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh masyarakat Kota Langsa dan sampel yang diambil sebanyak 100 orang. Sedangkan teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif. Pengujian hipotesis dilakukan dengan analisis regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa : (1) Faktor Persepsi menunjukkan bahwa persepsi berpengaruh terhadap minat menabung masyarakat Kota Langsa. Hal ini dapat dibuktikan dari hasil pengujian yang menyatakan  $T_{hitung} > T_{tabel}$  yaitu  $8.446 > 1.985$  dengan demikian hipotesis ini diterima dengan signifikansi 5%. (2) Faktor Religiusitas menunjukkan bahwa religiusitas berpengaruh terhadap minat menabung masyarakat Kota Langsa. Hal ini dapat dibuktikan dari hasil pengujian yang menyatakan  $T_{hitung} > T_{tabel}$  yaitu  $4.700 > 1.985$  dengan demikian hipotesis ini diterima dengan signifikansi 5%. (3) Jika dilihat secara simultan variabel-variabel independen yaitu variabel X1 (persepsi) dan variabel X2 (religiusitas) berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependennya variabel Y (minat menabung). Hal ini dibuktikan dengan melihat hasil pengujian uji F yang menunjukkan  $F_{hitung} > F_{tabel}$  yaitu  $48.707 > 3,09$  sehingga dapat disimpulkan  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

*Kata Kunci : Persepsi , Religiusitas , Minat Menabung*

## ABSTRACT

The development of Islamic banking in Indonesia can be seen from the increasing variety of Islamic banking products that are able to make consumers interested in using Islamic banking services such as fund-raising products which will be reduced to savings products, current accounts and time deposits. Initially, Islamic banking was only known by a small number of people, but with the continued development of Islamic banking, now many people in remote villages are familiar with Islamic banking. The purpose of the research conducted by the author is to determine the effect of perception on interest in saving in Islamic banking, to determine the effect of religiosity on interest in saving in Islamic banking, and to determine the effect of perception, religiosity on interest in saving in Islamic banking. This study uses quantitative methods with the type of field research (field research). The population in this study is the entire community of Langsa City and the sample taken is 100 people. While the data analysis technique used is descriptive analysis. Hypothesis testing is done by multiple regression analysis. The results of the study show that: (1) Perception Factors indicate that perceptions affect the interest in saving for the people of Langsa City. This can be proven from the test results which state  $T_{count} > T_{table}$ , namely  $8,446 > 1,985$ , thus this hypothesis is accepted with a significance of 5%. (2) The religiosity factor shows that religiosity affects the interest in saving the people of Langsa City. This can be proven from the test results which state  $T_{count} > T_{table}$ , namely  $4,700 > 1,985$ , thus this hypothesis is accepted with a significance of 5%. (3) If seen simultaneously the independent variables, namely the variable X1 (perception) and the variable X2 (religiosity) have a simultaneous effect on the dependent variable, the variable Y (interest in saving). This is evidenced by looking at the results of the F test test which shows  $F_{count} > F_{table}$ , namely  $48,707 > 3.09$  so that it can be concluded that  $H_0$  is rejected and  $H_a$  is accepted.

Keywords: Perception, Religiosity, Saving Interest

## 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 **“Pengaruh Persepsi dan Religiusitas Masyarakat Terhadap Minat Menabung di Perbankan Syariah (Studi kasus pada masyarakat Kota Langsa)”**.

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. Orang tua tercinta yaitu Ayahanda dan Ibunda yang telah memberikan do’a, dukungan, serta pengorbanan baik moral maupun material yang telah diberikan kepada peneliti sehingga peneliti mampu menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Dr. H. Basri Ibrahim, MA., selaku Rektor IAIN Langsa.
3. Bapak Dr. Iskandar, MCL., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

4. Bapak Dr. Early Ridho Kismawadi, MA., selaku Ketua Prodi Perbankan Syariah.
5. Bapak Fakhrizal bin Mustafa, MA., selaku An. Ketua dan Sekretaris Prodi Perbankan Syariah.
6. Bapak Dr. Safwan Kamal, M. E. I selaku dosen pembimbing I, yang telah memberikan motivasi, petunjuk dan bimbingan dalam penyusunan skripsi ini.
7. Bapak Faisal Umardani Hasibuan, M.M selaku dosen pembimbing II, yang telah memberikan motivasi, petunjuk dan bimbingan dalam penyusunan skripsi ini.
8. Ibu Shelly Midesia, M.Si., selaku Penasehat Akademik peneliti.
9. Ibu Mastura, M.E.I., selaku Kepala Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
10. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dan Program Studi Perbankan Syariah S1 yang telah memberikan bekal berbagai teori, ilmu pengetahuan dan pengalaman yang sangat bermanfaat bagi peneliti.
11. Segenap Staff TU Prodi Perbankan Syariah dan Staff TU Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang memberikan kemudahan administratif bagi peneliti selama masa perkuliahan.
12. Keluarga Besar PBS angkatan 2017 unit 3 yang tak dapat disebutkan namanya satu persatu saya ucapkan terima kasih sudah saling memotivasi selama proses penyelesaian skripsi ini.

13. Seluruh pihak yang ikut membantu dan memberikan dukungan serta masukan demi selesainya skripsi ini, baik secara langsung maupun tidak langsung.

14. Last but not least, I wanna thank me, for believing in me, for doing all this hard work, for having no days off, for never quitting, for just being me at all times.

Atas semua bantuan tersebut peneliti kembalikan kepada Allah SWT. Seiring doa semoga kiranya Allah SWT membalas kebaikan yang telah diberikan kepada peneliti. Penulis telah berupaya dengan semaksimal mungkin dalam menyelesaikan skripsi ini, namun penulis menyadari sepenuhnya kesempurnaan hanya milik Allah SWT, Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman. Penulis mohon maaf dan sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari pembaca demi kesempurnaan penyusunan skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat digunakan sebagai tambahan informasi dan wacana bagi semua pihak yang membutuhkan.

Langsa, 24 Mei 2021

Peneliti

**Rizki Fadillah**

**4012017096**

## DAFTAR ISI

<b>PERSETUJUAN</b> .....	ii
<b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI</b> .....	iii
<b>MOTO DAN PERSEMBAHAN</b> .....	iv
<b>ABSTRAK</b> .....	v
<b>ABSTRACT</b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	x
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiv
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xv
<b>BAB I</b> .....	1
<b>PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	10
1.3 Batasan Masalah .....	11
1.4 Rumusan Masalah .....	11
1.6 Manfaat Penelitian .....	12
1.7 Sistematika pembahasan .....	13
<b>BAB II</b> .....	14
<b>LANDASAN TEORI</b> .....	14
2.1 Persepsi .....	14
2.1.1 Pengertian Persepsi .....	14
2.1.2 Proses Terjadinya Persepsi .....	16
2.1.3 Indikator Persepsi .....	18
2.1.4 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi .....	18
2.2 Religiusitas .....	19
2.2.1 Pengertian Religiusitas .....	19
2.2.2 Indikator Religiusitas .....	20

2.2.3	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Religiusitas .....	21
2.3	Minat Menabung .....	23
2.3.1	Pengertian Minat Menabung .....	23
2.3.2	Macam-macam Minat .....	23
2.3.3	Indikator Minat Menabung .....	24
2.3.4	Faktor yang Mempengaruhi Minat Menabung .....	24
2.4	Perbankan Syariah .....	25
2.4.1	Pengertian Perbankan Syariah .....	25
2.4.2	Tujuan dan Fungsi.....	26
2.4.3	Perbedaan Bank Syariah dengan Bank Konvensional .....	27
2.4.4	Landasan Hukum Perbankan Syariah Di Indonesia.....	28
2.5	Penelitian Terdahulu .....	29
2.6	Kerangka Teori .....	33
2.7	Hipotesis Penelitian .....	34
<b>BAB III</b>	.....	<b>36</b>
<b>METODE PENELITIAN</b>	.....	<b>36</b>
3.1	Pendekatan Penelitian .....	36
3.2	Lokasi dan Waktu Penelitian .....	36
3.3	Populasi dan Sampel .....	37
3.3.1	Populasi.....	37
3.3.2	Sampel.....	37
3.4	Jenis dan Sumber Data.....	39
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.6	Identifikasi dan Definisi Operasional .....	40
3.6.1	Identifikasi Variabel.....	40
3.6.2	Definisi Operasional .....	41
3.7	Teknik Analisis Data.....	42
3.7.1	Uji Validitas .....	42
3.7.2	Uji Reliabilitas .....	43
3.8	Uji Asumsi Klasik.....	43
3.8.1	Uji Normalitas.....	43

3.8.2	Uji Multikolinearitas .....	44
3.8.3	Uji Heteroskedastisitas.....	45
3.8.4	Uji Analisis Regresi Linier Berganda .....	45
3.9	Uji Hipotesis .....	46
3.9.1	Uji Parsial (t).....	46
3.9.2	Uji Simultan (Uji F) .....	47
3.9.3	Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	48
<b>BAB IV</b>	.....	<b>50</b>
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	.....	<b>50</b>
4.1	Gambaran Umum Obyek Penelitian .....	50
4.1.1	Keadaan Geografi .....	50
4.1.2	Penduduk Kota Langsa .....	51
4.2	Analisis Deskriptif .....	53
4.2.1	Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	53
4.2.2	Data Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	54
4.2.3	Data Responden Berdasarkan Status.....	55
4.3	Analisis Data .....	55
4.3.1	Analisis Deskriptif Variabel.....	55
4.3.2	Uji Validitas dan Reabilitas .....	59
4.3.3	Uji Asumsi Klasik.....	62
4.3.4	Uji Hipotesis .....	69
4.4	Pembahasan.....	73
<b>BAB V</b>	.....	<b>79</b>
<b>PENUTUP</b>	.....	<b>79</b>
5.1	Kesimpulan .....	79
5.2	Saran .....	80
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	.....	<b>81</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Indikator Umum Perbankan Syariah.....	3
Tabel 2.1 Perbedaan Bank Syariah dan Bank Konvensional.....	27
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu.....	29
Tabel 3.1 Skala Pengisian Kuesioner.....	40
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel.....	41
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden.....	53
Tabel 4.2 Pekerjaan Responden.....	54
Tabel 4.3 Status Responden.....	55
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Persepsi (X1).....	56
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Religiusitas (X2).....	57
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Minat Menabung (Y).....	58
Tabel 4.7 Uji Validitas Variabel X1 (Persepsi).....	60
Tabel 4.8 Uji Validitas X2 (Religiusitas).....	60
Tabel 4.9 Uji Validitas Y (Minat Menabung).....	61
Tabel 4.10 Uji Reabilitas.....	62
Tabel 4.11 Histogram.....	63
Tabel 4.12 P-Plot.....	64
Tabel 4.13 Uji Multikolinearitas.....	65
Tabel 4.14.....	66
Tabel 4.15 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	68
Tabel 4.16 Hasil Uji T.....	69
Tabel 4.17 Hasil Uji F (Simultan).....	71
Tabel 4.18 Uji Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	72

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1.1 Pertumbuhan Perbankan Syariah .....	4
Gambar 2.1 Kerangka Teori.....	34

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian.....	85
Lampiran 2 : Data Tabulasi Kuesioner .....	88
Lampiran 3 Hasil Olah Data SPSS .....	92
Lampiran 4 : Dokumentasi.....	104

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan sistem ekonomi islam di dunia perbankan terbilang sangat baru dan masih kalah saing dibandingkan berdirinya bank-bank konvensional. Sejak mulai munculnya keberadaan perbankan syariah dilandasi dengan kehadiran dua gerakan renaissance Islam modern: neorevivalis dan modernis. Hal yang menjadi objek khusus dalam penerapan system *profit* dan *lost sharing* pada sistem lembaga keuangan syariah merupakan awal yang bagus dan cukup sederhana, hingga bank islam pun berkembang dengan sangat pesat di era reformasi ini hingga akhir tahun 1999 tercatat lebih dari 200 lembaga keuangan islam yang beroperasi diseluruh dunia baik di Negara-negara berpenduduk muslim maupun di Eropa, Australia, maupun Amerika.<sup>1</sup>

Berkembangnya bank-bank syariah di Negara-negara islam berpengaruh ke Indonesia. Pada awal periode 1980-an, Pertemuan ilmiah mengenai bank syariah sebagai pilar ekonomi islam pun mulai dilakukan. Beberapa para tokoh terlibat dalam kajian tersebut yakni Karnaen A. Perwataatmadja, M. Dawam Rahardjo, A.M. M. Amien Azis dan lain-lain. Beberapa uji coba pada skala yang relative terbatas telah diwujudkan salah satunya lembaga berbentuk koperasi, yakni Koperasi Ridho Gusti.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Muhammad Syafi'I Antonio, *Bank Syariah*, (Jakarta: Gema Insani, 2001), hal.18

<sup>2</sup>M.Amin.Azis, *Mengembangkan Bank Islam di Indonesia*, (Jakarta: Bankit, 1992), hal.26

Akan tetapi, prakasra lebih mengkhhususkan untuk mendirikan bank islam di Indonesia yang baru dilakukan pada tahun 1990. Bank Muamalat Indonesia lahir sebagai hasil kerja Tim Perbankan MUI dengan akte pendirian PT Bank Muamalat Indonesia ditandatangani pada tanggal 1 November 1991 yang pada saat ditandatangani terkumpul komitmen pembelian saham sebanyak Rp.84 miliar. Perkembangan perbankan syariah pada era reformasi ditandai dengan disetujuinya Undang-Undang No.10 Tahun 1998. Undang-undang tersebut memberikan arahan kepada bank-bank konvensional untuk membuka cabang syariah atau bahkan mengkonveri diri secara total menjadi bank syariah.

Bank Syariah Mandiri (BSM) merupakan bank milik pemerintah pertama yang berlandaskan operasional pada prinsip syariah. Sebagai salah satu bank yang dimiliki oleh Bank Mandiri yang mempunyai asset ratusan triliun dan *networking* yang sangat luas, BSM memiliki beberapa keunggulan komparatif dibanding pendahuluannya. Demikian juga dengan berkembangnya politik terakhir di Aceh menjadi *blessing in disguise* bagi BSM. Hal tersebut karena BSM akan menyerahkan seluruh cabang Bank Mandiri di Aceh kepada BSM untuk dikelola secara syariah.<sup>3</sup>

Perbankan syariah di Indonesia terdiri atas Bank Umum Syariah (BUS), dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) menunjukkan pertumbuhan yang positif. Fungsi intermidasi perbankan syariah berjalan dengan baik, Perkembangan dengan Aset, Pembiayaan Yang Disalurkan (PYD) dan Dana Pihak Ketiga (DPK) kondisi ketahanan perbankan syariah semakin terkendali. Tercatat hingga bulan juni 2019

---

<sup>3</sup> Muhammad Syafi'I Antonio, *Bank Syariah*, (Jakarta: Gema Insani, 2001), hal 26-27

Perbankan syariah terus menunjukkan perkembangan yang cukup positif dan terus bertumbuh.<sup>4</sup>

Berikut dapat dilihat pada table dibawah ini yang menunjukkan Indikator utama perbankan syariah di Indonesia sebagai berikut :

**Tabel 1.1 Indikator Umum Perbankan Syariah**

Indikator Perbankan	Jumlah Distribusi	Jumlah Kantor	Aset (dalam triliun rupiah)	PYD (dalam triliun rupiah)	DPK (dalam triliun rupiah)
Bank Umum Syariah	14	1.894	322,95	212,56	266,57
Unit Usaha Syariah	20	388	163,94	120,52	120,06
Bank Pembiayaan Syariah	164	506	12,45	9,43	8,09
TOTAL	198	2.746	499,34	342,81	394,72

*Sumber : Otoritas Jasa Keuangan, 2019*

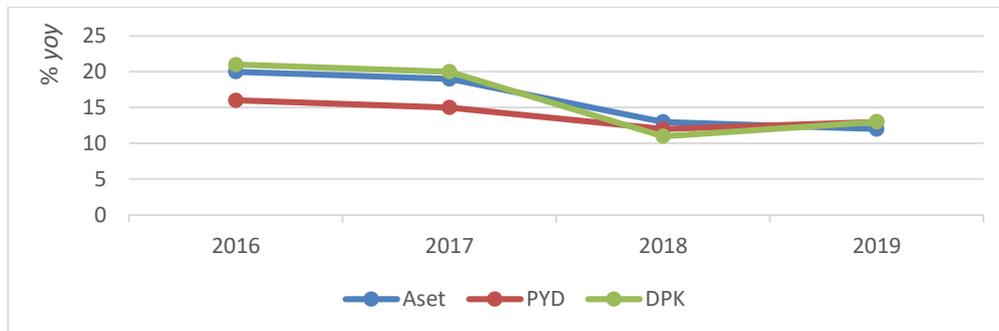
Mulanya perbankan syariah tidak banyak yang mengenal hanya sebagian kecil masyarakat yang mengetahuinya, namun dengan adanya perkembangan zaman saat ini perbankan syariah sudah mulai merebak di lingkungan masyarakat pelosok desa yang sudah langsung berinteraksi dengan perbankan syariah.<sup>5</sup>

Pertumbuhan Perbankan syariah dapat dilihat pada grafik di bawah ini :

<sup>4</sup> Otoritas Jasa Keuangan, Snapshot Perbankan Syariah, Juni 2019

<sup>5</sup> Ayu Andriani, *Pengaruh Persepsi Dan Religiusitas Santri Terhadap Minat Menabung Di Perbankan Syariah* (IAIN Tulungagung: 2015), hal.2

**Gambar 1.1 Pertumbuhan Perbankan Syariah**



*Sumber : Otoritas Jasa Keuangan 2019*

Di tahun 2019 Pertumbuhan perbankan syariah semakin solid, dilihat dari meningkatnya rasio CAR Bank Umum Syariah (BUS) sebesar 20 bps (yoy) menjadi 20,59%. Sementara itu PYD dan DPK masing-masing mengalami pertumbuhan sebesar 10,89% (yoy) dan 11,94% (yoy), sehingga pertumbuhan asset perbankan syariah selama periode tersebut sebesar 9,93% (yoy).<sup>6</sup> Saat ini berkembangnya perbankan syariah di Indonesia sangatlah pesat mulai dari banyaknya cabang-cabang bank syariah di berbagai daerah khususnya di Aceh berdasarkan sumber OJK tercatat pada juni 2019 bahwa Pertumbuhan Aset 8,08 % (yoy), Perumbuhan PYD 3,03% (yoy), dan Pertumbuhan DPK 11,72% (yoy).<sup>7</sup>

Permasalahan umum yang saat ini dihadapi lembaga keuangan syariah adalah bagaimana peran perusahaan menarik pelanggan dan mempertahankannya agar dapat bertahan dan berkembang. Sebagai perwujudan tujuan tersebut maka sangat dibutuhkan beberapa strategi pemasaran yang tepat. Karena pada dasarnya pemasaran ialah hal yang sangat penting dalam sebuah kegiatan yang berinteraksi

<sup>6</sup> Otoritas Jasa Keuangan, Snapshot Perbankan Syariah, Juni 2019

<sup>7</sup> *Ibid*,

langsung dengan kebutuhan konsumen. Terciptanya pemasaran yang tepat yaitu dengan cara pemasar harus tetap memperhatikan perilaku konsumen dengan bijak, seperti menciptakan berbagai produk, menentukan sasaran dan promosi yang tepat untuk kebutuhan para konsumen.

Poin penting dari pemasaran di lembaga perbankan syariah yaitu dengan cara tepat dalam mengambil keputusan untuk menghadapi masalah umum di perbankan syariah yaitu upaya yang harus dilakukan oleh perbankan syariah menarik nasabah agar nasabah tertarik untuk menggunakan jasa perbankan syariah. Strategi yang diambil oleh pemasar harus melihat faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen. Perilaku konsumen dipengaruhi oleh berbagai faktor, antara lain: faktor kebudayaan, kelas sosial, keluarga, status, kelompok atau komunitas, usia, pekerjaan, gaya hidup dan lain-lain. Selain faktor tersebut perilaku konsumen juga dipengaruhi oleh persepsi yang konsumen miliki.

Persepsi ialah anggapan langsung atas sesuatu.<sup>8</sup> proses individu mengorganisasikan dan menginterpretasikan kesan sensoris untuk memberikan pengertian pada lingkungannya. Teori tersebut memberikan gambaran bahwa persepsi merupakan upaya untuk melihat pendapat atau pandangan dari seseorang terhadap suatu keadaan yang terjadi di sekelilingnya dengan berdasarkan pada hal-hal yang dapat dirasakan oleh dirinya.<sup>9</sup>

Dalam kehidupan sehari-hari perilaku konsumen berbeda-beda dalam Islam perilaku konsumen harus mencerminkan hubungan dirinya dengan Allah SWT.

---

<sup>8</sup> Veithzal Rivai Zainal, Muliaman Darmansyah Hadad, Mansyur Ramly, *Kepemimpinan dan Perilaku Organisasi* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2014), hal.326

<sup>9</sup>Dudih Sutrisman, *Pendidikan politik, Persepsi, Kepemimpinan, Dan Mahasiswa*, (Guepedia, 2019), hal.75

Islam telah mengatur segenap perilaku manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya yaitu tidak menyimpang dari ajaran agama Islam.<sup>10</sup> Sehingga setiap manusia harus mampu memutuskan pilihan yang akan diambil tersebut sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya dan tentunya tidak menyimpang dari ketentuan agama.<sup>11</sup>

Berdasarkan teori yang dikemukakan oleh William Ittelson bahwa Persepsi sebagai salah satu bagian dari proses kehidupan yang dimiliki oleh setiap orang, memiliki pandangan dari sudutnya masing-masing dalam menciptakan dunianya untuk mencapai kepuasan.<sup>12</sup> Teori ini memperjelas bahwa setiap orang mempunyai persepsi yang berbeda-beda sebagai salah satu petunjuk kepuasannya terhadap yang ia nilai. Namun masalahnya mengingat masyarakat Aceh khususnya Kota Langsa yang mayoritas beragama islam, tetapi belum menunjukkan persepsi yang baik terhadap perbankan syariah. Hal ini dibuktikan ketika saya bertemu beberapa masyarakat Kota Langsa yakni salah satunya warga yang bernama Afis Syahri (21). Saya bertanya mengenai persepsi beliau tentang minat menabung di perbankan syariah dan beliau berpendapat bahwa menabung di bank syariah tidak jauh berbeda dari bank konvensional.<sup>13</sup>

Sampai saat ini masih banyak persepsi yang berbeda yang dikemukakan oleh masyarakat tentang perbankan syariah. Sehingga menjadi tantangan tersendiri

---

<sup>10</sup> Heri Sudarsono, *Konsep Ekonomi Islam Suatu Pengantar*, (Yogyakarta, EKONISIA, 2007), hal.167.

<sup>11</sup> *Ibid*,

<sup>12</sup> Afifah Harisah, dan Zulfitriya Masiming, *Persepsi Manusia Terhadap Tanda, Simbol dan Spasial*, Jurnal Smartek, 2008

<sup>13</sup> Afis Syahri (21), *Hasil wawancara pada salah satu warga Kota Langsa*, Pada Tanggal 20 Maret 2020

bagi perbankan syariah untuk menyamakan persepsi masyarakat sehingga menimbulkan kesamaan persepsi yang positif terhadap keberadaan perbankan syariah.

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan oleh Intan Imani dapat disimpulkan bahwa persepsi tidak berpengaruh terhadap perilaku seseorang. Dari penelitian tersebut dinyatakan bahwa persepsi yang positif terhadap suatu produk tidak menjadi alasan seseorang menggunakan produk tersebut. Seperti yang sudah disimpulkan oleh Intan Imani bahwa seseorang mempunyai persepsi positif terhadap perbankan syariah tetapi seseorang tersebut tidak menggunakan jasa perbankan syariah, persepsi positif tersebut hadir karena informasi yang didapat tetapi tidak mempengaruhi perilaku karena berbagai alasan.

Dan berdasarkan penelitian lain yang dilakukan Julia Sri Ningsih menyatakan bahwa persepsi berpengaruh terhadap perilaku seseorang. Peneliti menyimpulkan bahwa persepsi terhadap perbankan sangat baik dan dapat mendorong minat menabung mereka di perbankan syariah, meskipun dalam prakteknya masih banyak yang belum menggunakan jasa perbankan syariah dikarenakan gaji yang didapatkan setiap bulannya masih menggunakan jasa perbankan konvensional.

Selain faktor-faktor yang berpengaruh dalam membentuk perilaku konsumen yang telah disebutkan tadi, *religiusitas* juga merupakan faktor pembentuk perilaku konsumen. Dalam Islam, perilaku seorang konsumen harus mencerminkan hubungan dirinya dengan Allah SWT, konsumen muslim lebih

memilih jalan yang dibatasi Allah dengan tidak memilih barang haram, tidak kikir, dan tidak tamak supaya kehidupannya selamat baik di dunia maupun di akhirat.

Religiusitas adalah suatu sikap atau kesadaran yang muncul yang didasarkan atas keyakinan atau kepercayaan seseorang terhadap suatu agama.<sup>14</sup> Religiusitas seseorang diwujudkan dalam berbagai sisi kehidupannya. Aktivitas beragama bukan hanya terjadi ketika seseorang melakukan perilaku ritual (beribadah), tetapi juga ketika melakukan aktivitas lain yang didorong oleh kekuatan lain. Bukan hanya berkaitan dengan kegiatan yang tampak dan dapat dilihat dengan mata, tetapi juga aktivitas yang tidak tampak dan terjadi pada diri seseorang.<sup>15</sup>

Sikap keagamaan merupakan suatu keadaan yang ada pada diri seseorang yang mendorongnya untuk bertingkah laku sesuai dengan kadar ketaatannya terhadap agama. Berdasarkan sikap ini maka manusia dalam melakukan suatu aktivitas sesuai dengan ketentuan agama, sesuai dengan perintah tuhanNya dengan tujuan mendapatkan keridhaan-Nya.

Berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Glock dan Stark bahwa Religiusitas ialah seberapa dalamnya pengetahuan, seberapa kokoh keyakinan, seberapa tekun pelaksanaan ibadah dan seberapa dalamnya penghayatan agama yang dianut oleh seseorang.<sup>16</sup> Namun pada kenyataannya masih banyak masyarakat di Kota Langsa lebih dominan memilih bank konvensional yang menganut sistem

---

<sup>14</sup> Jaluddin, *Psikologi Agama*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2010), hal.257

<sup>15</sup> *Ibid*,

<sup>16</sup> Djamaluddin Ancok dan Fuat Nashori Suroso, *Psikologi Islam*, Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2005, hal.76-77

bunga dalam hal menabung maupun lainnya Yang pada dasarnya sudah ditegaskan dengan jelas bahwa islam mengharamkan segala jenis tambahan (bunga) yang diambil dari pinjaman. Hal ini dibuktikan dari beberapa masyarakat yang saya jumpai salah satunya warga yang bernama Dina Afriani (40) beliau mengatakan bahwa beliau masih menabung di bank konvensional yang menganut sistem bunga, dengan alasan jika menabung di bank syariah sama aja seperti di bank konvensional yang sama-sama menganut sistem bunga.<sup>17</sup>

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Atik Masruroh yang meneliti Pengaruh antara tingkat religiusitas mahasiswa terhadap minat menabung di perbankan syariah. Dan hasil dari penelitian tersebut menyatakan bahwa terdapat pengaruh antara tingkat religiusitas mahasiswa terhadap minat menabung. Tingkat religiusitas yang tinggi akan meningkatkan minat menabung mahasiswa di perbankan syariah. Kepercayaan terhadap agama menjadi motivator terpenting untuk mendorong penggunaan jasa bank syariah.

Berdasarkan deskripsi tersebut, Peneliti bertujuan untuk menjadikan persepsi, dan Religiusitas sebagai variabel penelitian. Berdasarkan pemaparan yang telah dijelaskan diatas antara persepsi, dan Religiusitas masing-masing orang tidak sama yang didapat juga berbeda sesuai dengan hak mereka masing-masing. Sehingga peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut, dan peneliti memilih masyarakat Kota Langsa sebagai objek penelitian, karena peneliti merasa meski

---

<sup>17</sup> Dina Afriani (40), *Hasil Wawancara Saya Saat Bertemu Dengan Salah Satu Warga Kota Langsa*, Pada Tanggal 18 Maret 2020

sama-sama berstatus masyarakat namun memiliki pandangan yang berbeda terhadap sesuatu.

Disini peneliti mengambil objek penelitian di Kota Langsa yang saat ini sudah banyak bermunculan bank syariah, penelitian dikhususkan untuk masyarakat. Sehingga mereka tentunya mempunyai pandangan yang berbeda-beda guna menanggapi suatu hal termasuk kehadiran perbankan syariah yang penuh pro dan kontra. Dengan berdasarkan hal tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang **“PENGARUH PERSEPSI, DAN RELIGIUSITAS MASYARAKAT TERHADAP MINAT MENABUNG DI PERBANKAN SYARIAH (Studi kasus pada masyarakat Kota Langsa)”**.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Persepsi sebagai salah satu bagian dari proses kehidupan yang dimiliki oleh setiap orang, memiliki pandangan dari sudutnya masing-masing dalam menciptakan dunianya untuk mencapai kepuasan. Teori ini memperjelas bahwa setiap orang mempunyai persepsi yang berbeda-beda sebagai salah satu petunjuk kepuasannya terhadap yang ia nilai. Namun masalahnya mengingat masyarakat aceh yang mayoritas beragama islam, tetapi belum menunjukkan persepsi yang baik terhadap perbankan syariah. Hal ini dibuktikan oleh beberapa masyarakat Kota Langsa yang berpendapat bahwa menabung di bank syariah tidak jauh berbeda dari bank konvensional.

2. Religiusitas ialah seberapa dalamnya pengetahuan, seberapa kokoh keyakinan, seberapa tekun pelaksanaan ibadah dan seberapa dalamnya penghayatan agama yang dianut oleh seseorang. Namun pada kenyataannya masih banyak masyarakat di Kota Langsa lebih dominan memilih bank konvensional yang menganut sistem bunga dalam hal menabung maupun lainnya. Yang pada dasarnya sudah ditegaskan dengan jelas bahwa Islam mengharamkan segala jenis tambahan (bunga) yang diambil dari pinjaman. Hal ini dibuktikan dari beberapa masyarakat yang saya jumpai bahwasannya mereka masih menabung di bank konvensional yang menganut sistem bunga.

### **1.3 Batasan Masalah**

Untuk memperjelas ruang lingkup masalah yang akan dibahas dan agar penelitian dilaksanakan secara fokus dan menghindari meluasnya masalah serta memperhatikan dari segi waktu, biaya dan peralatan yang mendukung, maka terdapat batasan masalah dalam penelitian yaitu peneliti hanya membatasi penelitiannya pada masyarakat Kota Langsa yang berkaitan dengan minat menabung dengan variabel yang akan diuji dan dianalisis yaitu variabel persepsi dan religiusitas. Sehingga peneliti membatasinya agar dapat menggunakan waktu secara efektif dan efisien.

### **1.4 Rumusan Masalah**

Dari latar belakang masalah di atas dapat dirumuskan pokok permasalahan yang terjadi dan menjadi fokus penelitian yaitu :

1. Apakah persepsi masyarakat Kota Langsa berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung di perbankan syariah ?

2. Apakah religiusitas masyarakat Kota Langsa berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung di perbankan syariah ?
3. Apakah pada variable persepsi, dan religiusitas masyarakat Kota Langsa secara simultan atau bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung di perbankan syariah ?

### **1.5 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan permasalahan yang dirumuskan diatas, maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menguji dan menganalisis apakah persepsi pada masyarakat Kota Langsa berpengaruh terhadap minat menabung di perbankan syariah.
2. Untuk menguji dan menganalisis apakah religiusitas masyarakat Kota Langsa berpengaruh terhadap minat menabung di perbankan syariah.
3. Untuk menguji dan menganalisis apakah persepsi dan religiusitas berpengaruh secara simultan terhadap minat menabung di perbankan syariah.

### **1.6 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Kegunaan teoritis, dapat dipergunakan sebagai bahan referensi untuk penelitian lanjutan dengan tema yang sama tetapi berbeda dengan model dan reknik analisis yang lain.
2. Bagi Masyarakat, diharapkan kepada masyarakat agar dapat mempertimbangkan keputusan yang bijak dalam memilih keputusan minat menabung dengan bijak pada masyarakat Kota Langsa.

3. Bagi pihak akademik, Penelitian ini sebagai tambahan referensi dan sumbangan pada ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang perbankan syariah.

### **1.7 Sistematika pembahasan**

Penyusunan skripsi ini disajikan dalam sistematika pembahasan yang terdiri atas 5 bab yaitu :

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika pembahasan.

#### **BAB II LANDASAN TEORI**

Bab ini menjelaskan tentang landasan teori, penelitian terdahulu, kerangka teori, dan hipotesis.

#### **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini menjelaskan tentang jenis penelitian, data, sumber data, dan teknik pengumpulan data yang digunakan serta variable operasional dan metode analisis.

#### **BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

Analisis data berisi hasil penelitian berupa gambaran umum obyek penelitian, deskripsi data penelitian dan responden, uji validitas dan reliabilitas, analisis data penelitian dan pembahasan.

#### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini menjelaskan tentang Kesimpulan dan Saran yang menjelaskan tentang hasil penelitian dan pembahasan yang disajikan secara singkat dan jelas, serta saran kepada pembaca agar menambah wawasan bagi peneliti berikutnya.

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### 2.1 Persepsi

##### 2.1.1 Pengertian Persepsi

Menurut Robins yang dikemukakan oleh Dudih Sutrisman yang menyatakan bahwa persepsi ialah sebuah proses individu mengorganisasikan dan menginterpretasikan kesan sensoris untuk memberikan pengertian pada lingkungannya. Teori tersebut memberikan gambaran bahwa persepsi merupakan upaya untuk melihat pendapat atau pandangan dari seseorang terhadap suatu keadaan yang terjadi di sekelilingnya dengan berdasarkan pada hal-hal yang dapat dirasakan oleh dirinya.<sup>18</sup>

Menurut Webster yang dikutip oleh Sutisna yang menyatakan persepsi adalah proses bagaimana stimulus-stimulus yang mempengaruhi tanggapan-tanggapan itu diseleksi dan diinterpretasikan, persepsi setiap orang terhadap suatu objek itu berbeda-beda oleh karena itu persepsi mempunyai sifat subyektif. Stimulus adalah setiap bentuk fisik atau komunikasi verbal yang dapat mempengaruhi tanggapan individu. Salah satu stimulus yang penting yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen adalah lingkungan (sosial dan budaya) karena persepsi setiap orang terhadap suatu objek akan berbeda-bada oleh karena itu

---

<sup>18</sup>Dudih Sutrisman, *Pendidikan politik, Persepsi, Kepemimpinan, Dan Mahasiswa*, (Guepedia, 2019), hlm.75

persepsi mempunyai sifat subjektif. Persepsi seorang konsumen akan berbagai stimulus yang diterimanya di pengaruhi oleh karakteristik yang dimilikinya.<sup>19</sup>

Persepsi adalah proses interpretasi seseorang atas lingkungannya. Persepsi dalam arti umum adalah pandangan seseorang terhadap sesuatu yang akan membuat respon bagaimana dan dengan apa seseorang akan bertindak. Persepsi ditentukan oleh faktor-faktor fungsional dan structural yakni:

a. Faktor-faktor fungsional yang menentukan persepsi

Faktor fungsional berasal dari kebutuhan, pengalaman masa lalu dan hal-hal lain yang termasuk dalam faktor-faktor personal, yang menentukan persepsi bukan jenis atau bentuk stimuli, tetapi karakteristik orang yang memberikan respons pada stimuli itu.

b. Faktor-faktor structural yang menentukan persepsi

Faktor-faktor struktural berasal semata-mata dari sifat stimuli fisik dan efek-efek saraf yang ditimbulkannya pada system syaraf individu. Maksudnya di sini yaitu dalam memahami suatu peristiwa seseorang tidak dapat meneliti fakta-fakta yang terpisah tetapi harus mamandangnya dalam hubungan keseluruhan, melihatnya dalam konteksnya, dalam lingkungannya dan masalah yang dihadapinya.<sup>20</sup> Proses pemahaman terhadap rangsang atau stimulus yang diperoleh oleh indera menyebabkan persepsi terbagi menjadi beberapa jenis:<sup>21</sup>

---

<sup>19</sup>Sutisna, *Perilaku Konsumen Dan Komunikasi Pemasaran*, (Bandung: PT Remaja Risdakarya, 2001), hlm.63

<sup>20</sup> Ibid, hal.63

<sup>21</sup> Ekwado Thomas, *Konsep Persepsi*, (<http://ekwadothomasfikes.blogspot.com/>, diakses 11 Maret 2020)

### 1. Persepsi visual

Persepsi visual didapatkan dari indera penglihatan. Persepsi ini adalah persepsi yang paling awal berkembang pada bayi, dan memengaruhi bayi dan balita untuk memahami dunianya. Persepsi visual merupakan topik utama dari bahasan persepsi secara umum, sekaligus persepsi yang biasanya paling sering dibicarakan dalam konteks sehari-hari.

### 2. Persepsi auditori

Persepsi auditori didapatkan dari indera pendengaran yaitu telinga.

### 3. Persepsi perabaan

Persepsi pengerabaan didapatkan dari indera taktil yaitu kulit.

### 4. Persepsi penciuman

Persepsi penciuman atau olfaktori didapatkan dari indera penciuman yaitu hidung.

### 5. Persepsi pengecap

Persepsi pengecap atau rasa didapatkan dari indera pengecap yaitu lidah.<sup>22</sup>

## **2.1.2 Proses Terjadinya Persepsi**

Proses terjadinya persepsi menurut Suryani didasarkan pada beberapa tahapan yaitu:<sup>23</sup>

---

<sup>22</sup> Ibid,

<sup>23</sup> Suryani Tatik, *Perilaku Konsumen: Implikasi Pada Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Remaja Posdakarya, 2008) hal. 102

### 1) Seleksi

Pada tahap ini persepsi diawali dengan adanya stimuli yang mengenai panca indera yang disebut sebagai sensasi. Stimuli ini beragam bentuknya dan akan selalu membordir indera konsumen. Jika dilihat dari asalnya, stimuli ada yang berasal dari luar individu (aroma, iklan, dan lain-lain) serta berasal dari alam diri individu seperti harapan, kebutuhan dan pengalaman.

### 2) Pengorganisasian

Setelah konsumen memilih stimuli mana yang akan diperhatikan, konsumen akan mengorganisasikan stimuli yang ada. Konsumen akan mengelompokkan, menghubungkan hubungkan stimuli yang dilihatnya agar dapat diinterpretasikan sehingga memiliki makna.

### 3) Interpretasi

Pada tahap ini setelah konsumen mengorganisir stimuli yang ada dan mengkaitkannya dengan informasi yang dimiliki, maka agar stimuli tersebut mempunyai makna, konsumen menginterpretasikan atau memberi arti dari stimuli tersebut. Pada tahap interpretasi ini konsumen secara sadar atau tidak sadar akan mengkaitkannya dengan semua informasi yang diterimanya agar mampu meberikan makna yang tepat. Dalam proses ini pengalaman dan juga kondisi psikologis konsumen seperti kebutuhan, harapan dan kepentingan akan berperan penting dalam menginterpretasikan stimuli.<sup>24</sup>

---

<sup>24</sup> Suryani Tatik, *Perilaku Konsumen: Implikasi Pada Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Remaja Posdakarya, 2008) hal. 102

Persepsi setiap orang terhadap suatu objek akan berbeda-beda. Oleh sebab itu persepsi memiliki sifat subjektif. Persepsi yang dibentuk oleh seseorang dipengaruhi oleh pikiran dan lingkungan sekitarnya. Selain itu, satu hal yang diperhatikan dari persepsi adalah bahwa persepsi secara substansil bias sangat berbeda dengan realitas.<sup>25</sup>

### **2.1.3 Indikator Persepsi**

Adapun indikator dari Persepsi adalah sebagai berikut :<sup>26</sup>

1. Pengharapan, Gambaran yang dapat diterima oleh panca indera, baik penglihatan, pendengaran, peraba secara sendiri - sendiri maupun bersamaan. Dari hasil gambaran yang diterima melalui panca indera tersebut akan menimbulkan gambaran, atau tanggapan yang terkesan di dalam otak. Hal ini mendorong sikap tindakan yang akan dilakukan.
2. Kebutuhan, kebutuhan akan hal tertentu yang akan menjadi pusat perhatian.
3. Penilaian, Bila mempersepsikan sesuatu maka kita memilih pandangan tertentu tentang hal yang dipersepsikan.

### **2.1.4 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi**

Adapun faktor-faktor yang dapat mempengaruhi perkembangan persepsi seseorang antara lain:

1. Psikologis

Persepsi seseorang mengenai segala sesuatu di dalam dunia ini sangat dipengaruhi oleh psikologi. Sebagai contoh, terbenamnya matahari diwaktu

---

<sup>25</sup> Nugroho J.Setiadi, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Kencana, 2008), hal.160

<sup>26</sup> Abu Ahmadi, *Psikologi Umum*, (Surabaya : Bina ilmu, 1982), hal. 43

senja yang indah akan dirasakan sebagai bayang-bayang kelabu bagi seseorang yang buta warna.

## 2. Keluarga

Pengaruh yang paling besar terhadap anak-anak adalah keluarganya atau famili. Orang tua yang telah mengembangkan suatu cara yang khusus di dalam memahami dan melihat kenyataan di dunia ini, banyak sikap dan persepsi-persepsi mereka yang diturunkan kepada anak-anaknya.

## 3. Kebudayaan

Kebudayaan dan lingkungan tertentu juga akan menjadi salah satu faktor yang kuta di dalam mempengaruhi sikap, nilai dan cara seseorang memandang dan memahami keadaan di dunia luar.<sup>27</sup>

## 2.2 Religiusitas

### 2.2.1 Pengertian Religiusitas

Istilah religiusitas (religiosity) berasal dari bahasa Inggris “religion” yang berarti agama, kemudian menjadi kata sifat “religios” yang berarti agamis atau saleh. “Religi” berarti kepercayaan kepada Tuhan, kepercayaan adanya kekuatann diatas manusia.<sup>28</sup>

Religiusitas adalah pengabdian terhadap agama, kesalehan. Keberagamaan atau religiusitas lebih melihat aspek di dalam lubuk hati nurani pribadi, sikap personal yang misterius karena menafaskan intimitas jiwa, etika rasa yang mencakup totalitas (termasuk rasio dan rasa manusiawi) ke dalam pribadi manusia.

---

<sup>27</sup> Miftah Thoha, Perilaku Organisasi, Konsep dan Aplikasinya, (Jakarta :PT Raja Grafindo Persada,2008) hal.141-148

<sup>28</sup> Muhaimin, Paradigma Pendidikan Islam : Upaya Mengefektifkan Pendidikan Agama Sekolah, (Bandung: PT. Mahasiswa Rodakarya, 2002), hal. 287

Karena itu pada dasarnya religiusitas lebih dari agama yang tampak formal dan resmi. Religiusitas diartikan sebagai seberapa jauh pengetahuan, seberapa kokoh keyakinan, seberapa pelaksanaan ibadah dan kaidah dan seberapa dalam penghayatan atas agama yang dianutnya. Bagi seorang Muslim, religiusitas dapat diketahui dari seberapa jauh pengetahuan, keyakinan, pelaksanaan dan penghayatan atas agama Islam.<sup>29</sup>

### 2.2.2 Indikator Religiusitas

Menurut Glock & Stark adapun indikator dari Religiusitas sebagai berikut:<sup>30</sup>

#### 1. Keyakinan atau Ideologi

Keyakinan adalah tingkatan sejauh mana seseorang menerima hal-hal yang *dogmatic* dalam agamanya, seperti kepercayaan kepada Tuhan, malaikat, surga dan neraka. Pada dasarnya setiap agama juga menginginkan adanya unsur ketaatan bagi setiap agama juga menginginkan adanya unsur ketataan bagi setiap pengikutnya. Adapun didalam agama yang dianut oleh seseorang makna terpenting ialah kemauan untuk mematuhi aturan yang berlaku dalam ajaran agama yang dianutnya. Jadi dimensi keyakinan ini lebih bersifat doktriner yang harus ditaati oleh penganut agama.

---

<sup>29</sup> Fuad Nashori dan Rachmy Diana Mucharam, *Mengembangkan Kreativitas Dalam Perspektif Psikologi Islam*, (Yogyakarta: Menara Kudus, 2002), hal.70-71

<sup>30</sup> Djamaluddin Ancok dan Fuat Nashori Suroso, *Psikologi Islam*, (Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2005), hal.76-77

## 2. Pengetahuan Agama

Pengetahuan agama ialah menerangkan sejauh mana pengetahuan seseorang tentang ajaran-ajaran agamanya, terutama yang ada di dalam kitab suci Al-quran maupun yang lainnya. Paling tidak seseorang yang beragama harus mengetahui hal-hal pokok mengenai dasar-dasar keyakinan, ritus-ritus, kitab suci dan tradisi yang meliputi pengetahuan tentang isi Al-quran, pokok-pokok ajaran yang harus diimani dan dilaksanakan, hukum islam dan pemahaman terhadap kaidah-kaidah keilmuan ekonomi islam/ perbankan syariah.

## 3. Praktik

Praktik agama ialah tingkatan sejauh mana seseorang mengerjakan kewajiban-kewajiban ritual dalam agamanya. Unsur yang mencakup didalam praktik ini berupa pemujaan, ketaatan, serta hal-hal yang lebih menunjukkan komitmen seseorang dalam agama yang dianutnya. Wujud dari dimensi ini adalah perilaku masyarakat pengikut agama tertentu dalam menjalankan ritual-ritual yang berkaitan dengan agama. Praktik dalam agama islam dapat dilakukan dengan menjalankan ibadah shalat, puasa, zakat, haji, ataupun praktek muamalah lainnya.

### **2.2.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Religiusitas**

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi religiusitas yaitu:

#### 1. Pengaruh pendidikan atau pengajaran dan berbagai tekanan sosial

Faktor ini mencakup semua pengaruh sosial dalam perkembangan keagamaan itu, termasuk pendidikan dari orang tua, tradisi-tradisi sosial, tekanan dari

lingkungan sosial untuk menyesuaikan diri dengan berbagai pendapat dan sikap yang disepakati oleh lingkungan itu.

## 2. Faktor pengalaman

Berkaitan dengan berbagai jenis pengalaman yang membentuk sikap keagamaan. Terutama pengalaman mengenai keindahan, konflik moral dan pengalaman emosional keagamaan. Faktor ini umumnya berupa pengalaman spiritual yang secara cepat dapat mempengaruhi perilaku individu.

## 3. Faktor kehidupan

Kebutuhan-kebutuhan ini secara garis besar terbagi menjadi empat bagian yaitu:

- a) Kebutuhan akan keamanan dan keselamatan.
- b) Kebutuhan akan cinta kasih
- c) Kebutuhan memperoleh harga diri,
- d) Kebutuhan yang timbul karena adanya ancaman kematian.

## 4. Faktor Intelektual

Faktor intelektual merupakan faktor yang berkaitan dengan berbagai proses penalaran verbal atau rasionalisasi.<sup>31</sup>

---

<sup>31</sup> *Ibid*,

## **2.3 Minat Menabung**

### **2.3.1 Pengertian Minat Menabung**

Menurut Sustina minat merupakan suatu rasa lebih suka dan rasa keterkaitan pada suatu hal atau aktifitas, tanpa ada yang menyuruh. Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu diluar diri. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut, semakin besar minat.<sup>32</sup>

Menurut Badudu dan Zain menabung ialah suatu kegiatan menyimpan uang dalam tabungan di kantor pos atau di bank. Pada prinsipnya perilaku pembelian atau minat menabung nasabah seringkali diawali dan dipengaruhi oleh banyaknya rangsangan dari luar dirinya, baik berupa rangsangan pemasaran maupun dari lingkungannya.<sup>33</sup>

Berdasarkan paparan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa minat menabung adalah kekuatan yang mendorong individu untuk memberikan perhatiannya terhadap kegiatan menyimpan uang di bank yang dilakukan secara sadar, tidak terpaksa dan dengan perasaan senang.

### **2.3.2 Macam-macam Minat**

Menurut Abdul Rahman Shaleh dan Muhib Abdul Wahab, Minat dibagi menjadi 3 bagian yaitu sebagai berikut :<sup>34</sup>

---

<sup>32</sup> Sutisna, *Perilaku konsumen dan komunikasi pemasaran*, (Bandung: PT Remaja Risdakarya, 2001), hal. 180

<sup>33</sup> Badudu JS dan Zain, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan), hal. 139

<sup>34</sup> Wida Ainina, *Minat Nasabah Menabung Di Bank Syariah Mandiri Yogyakarta*, (UIN Yogyakarta, 2018), hal. 9

- a. Berdasarkan timbulnya, minat dapat dibedakan menjadi minat *Primitif* dan minat *Kultural*, berdasarkan arahnya minat dapat dibedakan menjadi minat intrinsik dan ekstrinsik.
- b. Berdasarkan cara mengungkapkan, minat dapat dibedakan menjadi empat yaitu : a) *expressed interest* b) *manifest interest* c) *tested interest* dan d) *Inventoried interest*.

### 2.3.3 Indikator Minat Menabung

Adapun indikator minat menabung sebagai berikut :

1. Dorongan diri atau Kemauan

Kemauan ialah salah satu fungsi hidup kejiwaan manusia, yang dapat diartikan sebagai aktifitas psikis yang mengandung usaha aktif dan berubungan dengan pelaksanaan suatu tujuan.

2. Emosional, Kecenderungan untuk memiliki perasaan yang khas bila berhadapan dengan objek tertentu dalam lingkungannya.<sup>35</sup>

### 2.3.4 Faktor yang Mempengaruhi Minat Menabung

Adapun hal-hal yang dapat mempengaruhi minat menabung, yaitu :

1. Kebudayaan; kebiasaan yang biasa ditanamkan oleh lingkungan sekitar, misalnya guru yang mengarahkan anak didiknya untuk rajin menabung.
2. Keluarga; orang tua yang rajin menabung secara tidak langsung akan menjadi contoh bagi anak-anaknya.

---

<sup>35</sup> Abu Ahmadi, *Psikologi Umum*, (Surabaya : Bina ilmu, 1982)

3. Sikap dan Kepercayaan; seseorang akan merasa lebih aman dalam mempersiapkan masa depannya jika ia memiliki perencanaan yang matang, termasuk dalam segi finansialnya.
4. Motif sosial; kebutuhan seseorang untuk lebih maju agar dapat diterima oleh lingkungannya dapat ditempuh melalui pendidikan, penampilan fisik, yang kesemuanya membutuhkan biaya yang akan lebih mudah dipenuhi bila ia menabung.
5. Motivasi; rencana-rencana mengenai kebutuhan-kebutuhan dimasa mendatang dapat mendorong seseorang untuk menabung.<sup>36</sup>

## **2.4 Perbankan Syariah**

### **2.4.1 Pengertian Perbankan Syariah**

Bank Syariah merupakan lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan jasa-jasa lainnya dalam bentuk lalu lintas pembayaran dan peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip syariat Islam. Bank syariah adalah lembaga keuangan yang memeberikan pelayanan jasa dengan prinsip syariat Islam dalam kegiatan operasionalnya. Bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam maksudnya adalah bank yang dalam beroperasinya itu mengikuti ketentuan-ketentuan syariah Islam, khususnya yang menyangkut tata cara bermuamalah secara Islam.<sup>37</sup>

---

<sup>36</sup> Aromasari, T. 1991. skripsi “ Hubungan Antara Sikap terhadap Tabungan Berhadiah dengan Minat Menabung Mahasiswa pada Bank di Beberapa Universitas di Yogyakarta”. Yogyakarta: Fakultas Psikologi Universitas Gajah Mada. ([repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/7175/1/047018027.pdf](http://repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/7175/1/047018027.pdf) diakses tanggal 12 maret 2020)

<sup>37</sup> Setia Budhi Wilardjo, Pengertian, Peranan dan Perkembangan Bank Syariah di Indonesia “, Value Added, vol. 2: 1, (September, 2004-Maret, 2005), hal. 3

Keberadaan bank syariah lebih dikembangkan lagi dengan diberlakukannya UU No.7 tahun 1992 tentang perbankan. Namun, Undang-Undang tersebut belum memberikan landasan hukum yang cukup kuat karena belum secara tegas mencantumkan kata prinsip syariah dalam kegiatan usaha bank. Landasan yuridis yang lebih mantap bagi bank syariah diperoleh setelah disahkannya UU No.10 tahun 1998 tentang perubahan atas UU No.7 tahun 1992 tentang perbankan yang mengatur bank syariah secara cukup jelas kuat dari segi kelembagaan dan operasionalnya. Selanjutnya dengan UU No.23 tahun 1999 tentang Bank Sentral, Bank Indonesia dapat menerapkan kebijakan moneter berdasarkan prinsip-prinsip syariah agar dapat memengaruhi likuiditas perekonomian melalui bank-bank syariah.<sup>38</sup>

#### **2.4.2 Tujuan dan Fungsi**

Perbankan syariah bertujuan untuk menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan keadilan, kebersamaan, dan pemerataan kesejahteraan rakyat. Adapun fungsi bank syariah yaitu :<sup>39</sup>

1. Bank syariah dan UUS wajib melaksanakan fungsi menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat.
2. Bank syariah dan UUS dapat menjalankan fungsi sosial dalam bentuk lembaga baitul mal, yaitu menerima dana yang berasal dari zakat, onfak, sedekah, hibah, atau dana social lainnya dan menyalurkan kepada organisasi pengelola zakat.

---

<sup>38</sup> Edy Wibowo–Untung Hendy Widodo, *Mengapa Memilih Bank Syariah ?*, (Bogor : Galia Indonesia, 2005), hal.35

<sup>39</sup> Zaenul Arifin, *Memahami Bank Syariah (Lingkup Peluang, Tantangam dan Prospek)*, (Jakarta selatan: Alvabet, 2000), hal.212

3. Bank syariah dan UUS dapat menghimpun dana sosial yang berasal dari wakaf uang dan menyalurkan kepada pengelola wakaf (nazhir) sesuai dengan kehendak pemberi wakaf (wakif).
4. Pelaksanaan fungsi sosial dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.<sup>40</sup>

### 2.4.3 Perbedaan Bank Syariah dengan Bank Konvensional

Bank syariah ialah bank yang di dalam system cara pengoprasionalnya tidak menggunakan sistem bunga, akan tetapi menggunakan prinsip dasar yang sesuai dengan syariah islam. Dalam menentukan imbalannya baik imbalan yang diberikan maupun diterima, bank syariah tidak menggunakan sistem bunga, akan tetapi menggunakan konsep imbalan sesuai dengan perjanjian akad.<sup>41</sup>

**Tabel 2.1 Perbedaan Bank Syariah dan Bank Konvensional**

<b>Bank Syariah</b>	<b>Bank Konvensional</b>
Menggunakan prinsip jual beli.	Menggunakan prinsip pinjam-meminjam
Berdasarkan pada prinsip investasi bagi hasil.	Berdasarkan tujuan membungakan uang.
Hubungan dengan nasabah dalam bentuk hubungan kemitraan.	Hubungan dengan nasabah dalam bentuk kreditu-debitur.
Setiap produk dan jasa yang diberikan sesuai dengan fatwa Dewan Syariah.	Tidak mengenal dewan sejenis seperti Dewan Syariah.
Melakukan investasi-investasi yang halal aja.	Investasi yang halal atau yang haram.

<sup>40</sup> *Ibid*,

<sup>41</sup> Sutan Remy, S, Perbankan Syariah Produk-produk dan Aspek-aspek Hukumnya, (Jakarta: PT Adhitya Andrebinna Agung, 2014), hal.34

Tidak ada unsur gharar dan maysir.	Terkadang terlibat dalam speculative FOREX dealing. Berkontribusi dalam terjadinya kesenjangan antara sector riil dengan sektor moneter.
Bagi hasil menyeimbangkan sisi liabilitas (harta diam) dan asset (harta bergerak).	

*Sumber: Muhammad Syafi'I Antonio, (1999)*

#### **2.4.4 Landasan Hukum Perbankan Syariah Di Indonesia**

Komodasi peraturan perundang-undangan Indonesia terhadap ruang gerak perbankan syariah terdapat pada beberapa peraturan perundang-undangan berikut ini:

- 1) UU No.10 tahun 1998 tentang perubahan atas UU No.7 tahun 1992 tentang Perbankan.
- 2) UU No.23 tahun 1999 tentang Bank Sentral. Undang-undang ini memberi peluang bagi BI untuk menerapkan kebijakan moneter berdasarkan prinsip-prinsip syariah.
- 3) Surat Keputusan Direksi Bank Indonesia No. 32/33/KEP/DIR tanggal 12 Mei 1999 tentang Bank Umum dan Surat Keputusan Direksi Bank Indonesia No.32/34/KEP/DIR tanggal 12 Mei 1999 tentang Bank Umum berdasarkan prinsip syariah. Kedua peraturan perundang-undangan ini mengatur kelembagaan bank syariah yang meliputi pengaturan tata cara pendirian, kepemilikan, kepengurusan, dan kegiatan usaha bank.<sup>42</sup>

---

<sup>42</sup> [www.bi.go.id/id/tentang-bi/uu-bi/Documents/UU\\_21\\_08\\_Syariah.pdf](http://www.bi.go.id/id/tentang-bi/uu-bi/Documents/UU_21_08_Syariah.pdf), diakses tanggal 11 Maret 2020.

## 2.5 Penelitian Terdahulu

**Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu**

No.	Nama	Judul	Metode Penelitian	Hasil
1.	Julia Sri Ningsih 2017	Pengaruh Persepsi, Tingkat Religiusitas Dan Disposable Income Terhadap Minat Menabung Di Perbankan Syariah. (Studi pada dosen UIN Raden Intan Lampung)	Metode Kuantitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi, tingkat religiusitas dan disposable income secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat menabung.
2.	Dian Ariani 2007	Persepsi Masyarakat Umum Terhadap Bank Syariah di Medan	Metode Kuantitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dari ketiga variabel bebas, terlihat bahwa variabel pelayanan merupakan variabel utama yang memberikan kontribusi paling besar dalam hubungannya dengan hasil persepsi masyarakat umum terhadap Bank Syariah di Medan.
3.	Mufti Arsyidian 2019	Pengaruh Persepsi Tingkat Religiusitas Dan Disposable Income Terhadap Minat Menabung Di Perbankan Syariah. (Studi Kasus Pada Kecamatan Tulis)	Metode Kuantitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi, tingkat religiusitas dan disposable income secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat menabung.

4.	Yulian Afiah 2016	Pengaruh Religiusitas dan Persepsi Masyarakat Desa Bode Lon Terhadap Minat Menabung Di Perbankan Syariah.	Metode Kuantitatif	Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa religiusitas dan persepsi juga berpengaruh positif terhadap minat menabung masyarakat Desa Bode Lor .
5.	Taufik Saifudin 2018	Pengaruh Promosi, Religiusitas, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah Dengan Pengetahuan Masyarakat Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Masyarakat Di Kota Salatiga)	Metode Kuantitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan Berdasarkan hasil uji t test pertama diperoleh bahwa variabel promosi, dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah, variabel religiusitas dan pengetahuan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap minat menabung. Hasil uji t test kedua menunjukkan bahwa variabel promosi, religiusitas, dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengetahuan masyarakat pada bank syariah. Variabel pengetahuan tidak mampu memediasi promosi, religiusitas, dan kepercayaan terhadap minat masyarakat

				menabung di bank syariah.
6.	Ayu Andriani 2015	Pengaruh persepsi dan religiusitas santri pondok pesantren Al-Falah Mojo Kediri terhadap minat menabung di perbankan syariah	Metode Kuantitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi dan Religiusitas santri Pondok Pesantren Al-Falah Mojo Kediri secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap minat menabung di perbankan syariah.
7.	Dwi Ana Ratna Utami , 2017	Pengaruh Persepsi Masyarakat Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Masyarakat Muslim Kauman Wijirejo Pandak Bantul)	Metode Kuantitatif	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi masyarakat tentang perbankan syariah secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di Bank Syariah.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Julia sri ningsih pada tahun 2017 memiliki persamaan dengan penelitian sekarang yaitu variabel yang digunakan dalam penelitian ialah persepsi dan religiusitas, tetapi terdapat perbedaan pada variable X3 disposable income sedangkan pada penelitian sekarang tidak menambahkan variabel tersebut dalam penelitiannya dan perbendaan selanjutna pada studi kasus yang peneliti terdahulu menggunakan staff dosen sebagai sampel penelitiannya.

Pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Dian Ariani pada tahun 2007 hanya memiliki satu persamaan dalam penelitian tersebut yaitu pada variabel X1 yang sama-sama menggunakan persepsi sebagai variabel X1, tetapi terdapat

perbedaan dalam penelitian yang dilakukan oleh keduanya yakni terdapat pada studi kasus dan beberapa variabel bebas yang digunakan oleh peneliti terdahulu yaitu memasukan tiga variabel guna untuk melihat bahwa variabel nenas tersebut berpengaruh besar terhadap pandangan masyarakat umum tentang bank di Medan.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Mufti Arsyidian pada tahun 2019 yang persamaannya tidak jauh berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Julia sri ningsih dan peneliti sekarang yaitu sama-sama memiliki variabel persepsi dan religiusitas terhadap minat menabung. Namun yang membedakan penelitian terdahulu dan sekarang ialah terdapat pada variabel disposable income yang dimana kedua peneliti terdahulu tersebut menggunakannya sedangkan peneliti yang sekarang tidak menambahkan disposable income sebagai variabel X3 pada penelitiannya.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Yulian Afiah pada tahun 2016 memiliki persamaan pada penelitian terdahulu yaitu terdapat variabel X1 religiusitas dan variabel X2 persepsi dengan penelitian yang sekarang, perbedaan penelitian terdapat pada studi kasus yang dilakukan oleh kedua peneliti. Pada peneliti terdahulu menggunakan sampel di desa Bode lor sedangkan peneliti sekarang menggunakan sampel masyarakat Kota Langsa.

Di penelitian selanjutnya yang dilakukan oleh Taufik saifuddin pada tahun 2018 yaitu terdapat satu persamaan yang sama yakni pada variabel Religiusitas dan terdapat perbedaan penelitian seperti yang sudah diketahui bahwa yang dilakukan oleh peneliti terdahulu menggunakan variabel X sebanyak 3 sedangkan penelitian sekarang menggunakan 2 variabel.

Pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ayu andriani di tahun 2015 terdapat persamaan penelitian yaitu pada variabel Persepsi, religiusitas dan minat menabung. Namun terdapat juga perbedaan penelitian yaitu pada studi kasus dimana peneliti terdahulu menggunakan santri pada pondok pesantren Al- Falah Mojo Kediri sedangkan peneliti yang sekarang mengarah pada masyarakat luas.

Dan selanjutnya pada penelitian yang dilakukan oleh Dwi ana ratna utami pada tahun 2017 memiliki persamaan variabel persepsi dan minat menabung , namun juga terdapat perbedaan penelitian yaitu peneliti terdahulu tidak menggunakan variabel religiusitas terhadap minat menabung dan perbedaan selanjutnya pada studi kasusnya.

Persamaan penelitian, variabel bebas yaitu, Persepsi dan Religiusitas Dan variabel terikat yaitu Minat menabung. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Hasil penelitian terdahulu menunjukkan Persepsi dan Religiusitas berpengaruh terhadap minat menabung.

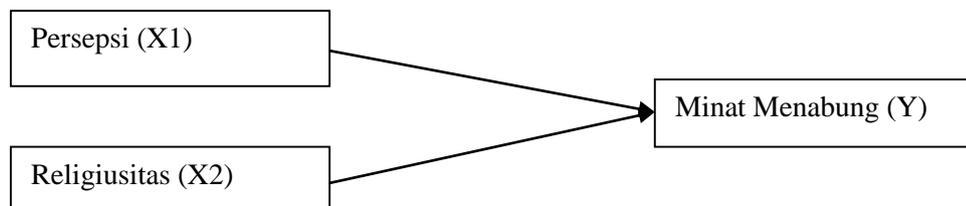
Perbedaan penelitian, Yaitu pada variabel penelitian, pada objek penelitian, jumlah sampel, waktu dan tempat peneliti.

## **2.6 Kerangka Teori**

Kerangka teori yang disusun oleh penulis terdiri atas variable independen dan dependen. Variable independen terdiri dari Persepsi dan Religiusitas sedangkan variable dependen ialah minat menabung masyarakat.

Hal ini dimaksudkan agar dalam pembahasannya tersebut mempunyai arah yang pasti dalam penyelesaiannya. Oleh sebab itu, untuk mengetahui masalah yang akan di bahas, perlu adanya pemikiran yang merupakan landasan dalam meneliti

masalah yang bertujuan untuk menemukan, mengembangkan dan menguji kebenaran suatu penelitian dan kerangka konseptual dapat digambarkan sebagai berikut:



**Gambar 2.1 Kerangka Teori**

Berdasarkan kerangka teori penelitian maka dapat kita ketahui pengaruh persepsi dan religiusitas berpengaruh besar terhadap minat menabung, kemudian hasil dari pengaruh kedua variable tersebut akan dibandingkan dan akan diketahui mana yang lebih besar yang mempengaruhi minat menabung di perbankan syariah bagi masyarakat Kota Langsa.

## 2.7 Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah dalam penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam kalimat pertanyaan.<sup>43</sup> Adapun hipotesis penelitian ini mengenai persepsi dan religiusitas terhadap minat menabung di perbankan syariah. Sehingga hipotesis dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

---

<sup>43</sup> Muhamad, Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif (Dilengkapi dengan Contoh-Contoh Aplikasi Proposal Penelitian dan Laporrannya), (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008) hal.28

- H0<sub>1</sub> : Persepsi tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat menabung di perbankan syariah.
- Ha<sub>1</sub> : Persepsi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di perbankan syariah.
- H0<sub>2</sub> : Religiusitas tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat menabung di perbankan syariah.
- Ha<sub>2</sub> : Religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di perbankan syariah.
- H0<sub>3</sub> : Persepsi, dan religiusitas tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat menabung di perbankan syariah.
- Ha<sub>3</sub> : Persepsi dan religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di perbankan syariah.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Pendekatan Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan yang menggunakan pendekatan Kuantitatif. Metode kuantitatif ialah metode penelitian yang proses pengumpulan datanya berupa angka. Data yang berupa angka tersebut diolah dan di analisis untuk mendapatkan suatu informasi ilmiah di balik angka-angka tersebut.<sup>44</sup>

Sedangkan jenis penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian survey, responden diminta untuk memberikan jawaban singkat yang sudah tertulis dalam kuisisioner atau angket untuk kemudian jawaban dari seluruh responden tersebut diolah menggunakan teknik analisis kuantitatif tertentu.<sup>45</sup>

#### **3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian**

Tempat dan Waktu Penelitian Penelitian ini dilakukan di Kota Langsa. Dengan objek dari penelitian ini adalah masyarakat yang berdomisili/ bertempat tinggal di Kota Langsa. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran angket kuisisioner secara acak dan langsung seperti mendatangi responden yaitu masyarakat Kota Langsa. Peneliti melakukan penyebaran angket kuisisioner penelitian dimulai pada tanggal 13 juni 2020 sampai selesai.

---

<sup>44</sup> Nanang Martono, *Metode penleitian kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo,2010), hal.67-70

<sup>45</sup> Ibid, hal.19

### 3.3 Populasi dan Sampel

#### 3.3.1 Populasi

Populasi berasal dari kata bahasa Inggris *population*, yang artinya jumlah penduduk. Populasi merupakan keseluruhan obyek penelitian.<sup>46</sup> Apabila seseorang ingin meneliti semua elemen yang ada dalam wilayah penelitian, maka penelitiannya merupakan penelitian populasi. Populasi biasanya berupa orang, benda, objek, peristiwa, atau apapun yang menjadi objek dari survey. Populasi dalam penelitian ini ditunjukkan pada masyarakat Kota Langsa. Berdasarkan dari Badan Pusat Statistik Kota Langsa pada tahun 2019 jumlah penduduk sebesar 176.811 orang.<sup>47</sup>

#### 3.3.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel yang akan diambil dari populasi harus benar-benar representatif (mewakili). Teknik pengambilan Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling*. *Non-Probability sampling* merupakan pengambilan sampel dimana tidak semua anggota/element populasi berpeluang sama untuk dijadikan sampel.<sup>48</sup> Dalam teknik ini menggunakan metode *simple random sampling*. *Simple random sampling* adalah teknik pengambilan

---

<sup>46</sup> Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktis*, edisi revisi VI (Jakarta: Rineka Cipta, 2002), hal.110

<sup>47</sup> <https://langsakota.bps.go.id/>

<sup>48</sup> Azuar Julianda & Irfan, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Bandung: CitaPusaka Media Perintis, 2013), hal.52

sampel dilaiukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi.<sup>49</sup>

Karena jumlah populasi lebih dari 100 orang maka penentuan jumlah sampel menggunakan rumus slovin:<sup>50</sup>

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan : n = sampel,

N = populasi,

e = eror sampel yaitu 10%

Dalam penelitian ini populasi yaitu penduduk atau masyarakat Kota Langsa yang berjumlah 176.811 orang. Maka sampel dapat ditentukan sebagai berikut :

$$n = \frac{176811}{1 + (176811 \times 0.0001)}$$

$$n = \frac{176811}{18,6811}$$

$$n = 94$$

Sesuai perhitungan di atas, dari populasi yang berjumlah 176.811 orang , maka peneliti akan mengambil sampel 94 orang.

---

<sup>49</sup> Muslich Anshori dan Sri Iswati, *Metodelogi Penelitian Kuantitatif*, (Surabaya: Airlangga University Press, 2017), hal 109

<sup>50</sup> Nursalam, *Metode penelitian*, (Edisi 3 : Jakarta Salemba Medika, 2013), hal 176

### 3.4 Jenis dan Sumber Data

Data adalah bahan mentah yang perlu diolah sehingga menghasilkan informasi atau keterangan. Baik kualitatif maupun kuantitatif yang menunjukkan fakta.<sup>51</sup> Berdasarkan sifat data dalam penelitian ini ada yang menggunakan berupa angka-angka yang dapat dioperasikan secara sistematis. Berdasarkan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer ialah data yang dibuat oleh peneliti untuk maksud khusus menyelesaikan permasalahan yang sedang ditanganinya. Data dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan.

### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah melalui studi lapangan, dengan menggunakan dua cara, yaitu :<sup>52</sup>

1. Kuisisioner, yaitu sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya. Kuisisioner tersebut ditunjukkan kepada responden untuk diisi, responden pada peneliti ini adalah masyarakat Kota Langsa. Skala likert yang dipergunakan untuk menjawab bagian pertanyaan penelitian memiliki lima kategori sebagaimana disajikan dalam tabel dibawah ini:<sup>53</sup>

---

<sup>51</sup> Ibid,hal.67

<sup>52</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*,(Bandung: Alfabeta, 2012), hal.199

<sup>53</sup> Ibid,

**Tabel 3.1 Skala Pengisian Kuesioner**

No.	Jenis Jawaban	Bobot
1.	SS = Sangat Setuju	5
2.	S = Setuju	4
3.	RR = Ragu-Ragu/Netral	3
4.	TS = Tidak Setuju	2
5.	STS = Sangat Tidak Setuju	1

Angket/ kuisisioner yang telah dikumpulkan akan diuji reabilitasnya untuk melihat apakah ada data yang harus digugurkan atau tidak.

2. Wawancara, yaitu pengumpulan data yang dilakukan dengan mengadakan tatap muka atau wawancara dengan masyarakat yang menabung di bank Kota langsa untuk memberikan data yang diperlukan dalam proses penelitian ini.

### **3.6 Identifikasi dan Definisi Operasional**

#### **3.6.1 Identifikasi Variabel**

Umumnya sebuah variabel penelitian dibedakan menjadi 2 bagian, yaitu variabel bebas (*independen*) dan variabel terikat (*dependen*).

1. Variabel Bebas (*Independen*) merupakan variabel bebas yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan timbulnya variabel terikat (*dependen*). Variabel bebas (X) pada penelitian ini ialah persepsi (X1), dan religiusitas (X2). Variabel ini dilakukan dengan pengukuran skala likert dengan memberikan score pada tiap-tiap pertanyaan yang akan dijawab oleh para responden. Adapun score yang diberikan ialah : 1. (Sangat tidak setuju), 2 (Tidak setuju, 3 (Netral), 4 (Setuju), dan 5 (Sangat Setuju).

2. Variabel Terikat (*Dependen*) merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat dikarenakan adanya variabel bebas (*independen*). Variabel terikat (*dependen*) Y dalam penelitian ini merupakan minat menabung masyarakat Kota Langsa pada Perbankan syariah. Pengukuran minat menabung juga sama dengan variabel bebas yaitu menggunakan skala likert dengan memberikan score dari tiap-tiap butir pertanyaan yang akan di jawab oleh para responden . Berikut score yang diberikan yaitu : 1. (Sangat tidak setuju), 2. (Setuju), 3. (Netral), 4. (Setuju), 5. (Sangat setuju).

### 3.6.2 Definisi Operasional

Definisi operasional menjelaskan tentang variabel secara operasional, menurut ciri-ciri yang memungkinkan peneliti untuk melakukan observasi atau mengukur suatu objek. Berikut adalah definisi operasional masing-masing variabel:

**Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel**

No.	Variabel	Definisi Variabel	Sumber / referensi	Indikator
1.	Persepsi (X1)	Persepsi adalah pandangan seseorang terhadap sesuatu yang akan membuat respon bagaimana dan dengan apa seseorang akan bertindak.	Sugihartono, at all. <i>Psikologi Pendidikan</i> , Yogyakarta:U NY Press 2007.	a. Pengharapan b. Kebutuhan c. Penilaian
2.	Religiusitas (X2)	Religiusitas adalah pengabdian terhadap agama, kesalehan.	Jalaluddin, <i>Psikologi Agama</i> , (jakarta: PT Grafindo Persada, 2005), h 11.	a. Keyakinan b. Pengetahuan Agama c. Praktik

3.	Minat Menabung (Y)	Minat menabung adalah kekuatan yang mendorong individu untuk memberikan perhatiannya terhadap kegiatan menyimpan uang di bank yang dilakukan secara sadar, tidak terpaksa dan dengan perasaan senang.	Syaiful Bahri Djamarah, <i>Psikologi Belajar</i> , (Jakarta: PT Rineka Cipta,2002),h.133.	a. Dorongan dari dalam diri individu b. Faktor Emosional
----	--------------------	---	---	---

### 3.7 Teknik Analisis Data

Untuk mendukung hasil penelitian, data penelitian yang diperoleh akan dianalisis dengan metode regresi linear berganda dan diolah dengan bantuan SPSS versi. 22. Adapun tahapan analisis tersebut adalah sebagai berikut:<sup>54</sup>

#### 3.7.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisisioner tersebut. Pengujian validitas dilakukan dengan melakukan korelasi bilvariate antara masing-masing skor indikator dengan total skor konstruk. Kriteria pengujian validitas adalah sebagai berikut :

1. Jika  $r_{hitung}$  positif dan  $r_{hitung} > r_{table}$  maka butir pertanyaan tersebut valid

---

<sup>54</sup> Husein umar, Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis ( Jakarta:PT. Grafindo Persada, 2011) hal.181

2. Jika  $r_{hitung}$  negatif dan  $r_{hitung} < \text{table}$  maka butir pertanyaan tersebut tidak valid

### 3.7.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukuran dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Bila suatu alat pengukur dipakai dua kali untuk mengukur gejala yang sama dan hasil pengukuran yang diperoleh relatif konsisten, maka alat pengukur tersebut reliabile. Pada prinsipnya uji reliabilitas digunakan untuk menguji data yang kita peroleh sebagai misal hasil dari jawaban kuisisioner yang dibagikan. Suatu kuisisioner dikatakan reliabile atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Teknik yang digunakan dalam pengukuran reliabilitas ini adalah teknik cronbach alpha. kolerasi, terdapat masalah multikolinearitas yang harus diatasi.<sup>55</sup>

### 3.8 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui apakah model regresi dapat digunakan sebagai alat untuk memprediksi yang baik atau layak tidak layaknya sebuah penelitian. Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heterokodastisitas.<sup>56</sup>

#### 3.8.1 Uji Normalitas

Uji normalitas untuk mengetahui apakah variabel dependen, independen atau keduanya berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak. Model regresi yang baik hendaknya berdistribusi normal atau mendekati norma. Mendeteksi

---

<sup>55</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS* (Semarang :Universitas Diponegoro, 2012) hal.97

<sup>56</sup> *Ibid*,

apakah data berdistribusi normal atau tidaknya dapat diketahui dengan menggambarkan penyebaran data melalui sebuah grafik P-P plot. Dengan metode grafik kita dapat melihat data yang digunakan memberikan distribusi normal atau tidak dengan melihat grafik histogram. Jika data menyebar disekitar garis regional dan mengikuti arah garis diagonalnya, model regresi memenuhi asumsi normalitas. Uji kenormalan juga bisa dilakukan tidak berdasarkan grafik, misalnya dengan uji Kolmogrov-Smirnov.<sup>57</sup>

### 3.8.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas ini bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan bahwa terdapat adanya korelasi antara variabel bebas (independen). Uji multikolinearitas ini dapat dilihat dari *Variance Inflation Faktor (VIF)* dan nilai *tolerance*. Berikut ini merupakan dasar pengambilan keputusan pada uji multikolinearitas dengan tolerance VIF ialah :

1. Pedoman keputusan berdasarkan nilai tolerance
  - a. Apabila nilai tolerance lebih besar dari 0,10 maka artinya tidak terjadi multikolinearitas dalam model regresi.
  - b. Apabila nilai tolerance lebih kecil dari 0,10 maka artinya terjadi multikolinearitas dalam model regresi tersebut.
2. Pedoman keputusan berdasarkan nilai VIF
  - a. Apabila nilai VIF  $< 10$  maka artinya terjadi multikolinearitas dalam model regresi.

---

<sup>57</sup> *Ibid*,

- b. Apabila nilai VIF > 10 maka artinya terjadi multikolinearitas dalam model regresi tersebut.<sup>58</sup>

### 3.8.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain. Heteroskedastisitas berarti varian variabel gangguan yang tidak konstan. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heterokedastisitas. Cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heterokedastisitas dapat dilakukan dengan melihat grafik scatterplot antara nilai prediksi variabel terikat yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID.<sup>59</sup>

### 3.8.4 Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis Regresi Linear berganda adalah pengembangan analisis regresi sederhana terhadap aplikasi yang terdiri dari dua atau lebih variabel independen untuk menduga nilai dari variabel dependen. Analisis linear berganda dapat digunakan untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel bebas yaitu Persepsi (X1), Religiusitas (X2) terhadap minat menabung (Y) pada penelitian ini digunakan model regresi linear berganda.<sup>60</sup>

Rumusnya adalah sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan :

Y : Minat Menabung

---

<sup>58</sup> Suliyanti, EKONOMETRIKA TERAPAN: *Teori dan Aplikasi dengan SPSS*, (Yogyakarta : Cv Andi, 2011), hal.90

<sup>59</sup> Imam, Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011), hal.173

<sup>60</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS* (Semarang :Universitas Diponegoro, 2012) hal.97

X1 : Persepsi

X2 : Religiusitas

$\alpha$  : Konstanta

$\beta_1 X_1$  : Koefesien regresi variabel Persepsi (X1)

$\beta_2 X_2$  : Koefesien regresi variable Religiusitas(X2)

e = Standard Error/Standar Kesalahan

### 3.9 Uji Hipotesis

#### 3.9.1 Uji Parsial (t)

Uji t bertujuan untuk menguji pengaruh masing-masing variabel independen (Persepsi dan religiusitas) terhadap variabel dependen (Minat menabung). Dalam hal ini ada 2 acuan yang dapat kita pakai sebagai dasar pengambilan keputusan, pertama dengan melihat nilai signifikansi (Sig) dan kedua dengan membandingkan antara nilai t hitung dengan t tabel.<sup>61</sup>

1. Berdasarkan Nilai Signifikansi (Sig).
  - a. Jika nilai Signifikansi (Sig) < daripada probabilitas 0,05 maka tidak ada pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel (Y) atau  $H_a$  diterima.
  - b. Jika nilai Signifikansi (Sig) > daripada probabilitas 0,05 maka tidak ada pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) atau  $H_0$  ditolak.
2. Berdasarkan perbandingan Nilai t hitung dengan t tabel
  - a. Jika nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka ada pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel (Y) atau  $H_a$  diterima.

---

<sup>61</sup> Suliyanti, EKONOMETRIKA TERAPAN: *Teori dan Aplikasi dengan SPSS*, (Yogyakarta : Cv Andi, 2011), hal.102

- b. Jika nilai  $t_{hitung} <$  dari pada  $t_{tabel}$  maka tidak ada pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) atau  $H_0$  ditolak.

### 3.9.2 Uji Simultan (Uji F)

Uji ini gunanya untuk menganalisis apakah hipotesis diterima atau ditolak secara simultan. Uji F umumnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model ini mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Jika nilai *prob* F kurang dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa variabel bebas secara bersamaan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat.<sup>62</sup>

Ada dua tata cara yang dapat dipergunakan sebagai acuan atau pedoman untuk melakukan uji hipotesis dengan uji F. Pertama ialah membandingkan nilai signifikansi (Sig), atau nilai probabilitas hasil output ANOVA. Kedua ialah membandingkan nilai  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$ .

1. Berdasarkan Nilai Signifikansi (Sig) dari Output ANOVA.
  - a. Jika nilai sig  $<$  0,05 artinya  $H_a$  diterima. Maka artinya variabel bebas (X1) dan variabel bebas (X2) secara simultan berpengaruh terhadap variabel terikat (Y).
  - b. Jika Sig  $>$  0,05 artinya  $H_0$  ditolak. Maka artinya variabel bebas (X1) dan variabel bebas (X2) secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel terikat (Y).

---

<sup>62</sup> Imam ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IMB SPSS 21*, (Semarang: Universitas Diponegoro, 2013), hal.98

2. Berdasarkan perbandingan Nilai F Hitung dengan F Tabel.
  - a. Jika nilai  $F_{hitung} >$  dari  $F_{tabel}$ , artinya  $H_a$  diterima. Maka artinya variabel bebas (X1) dan variabel bebas (X2) secara simultan berpengaruh terhadap variabel terikat (Y).
  - b. Jika nilai  $F_{hitung} <$   $F_{tabel}$ , artinya  $H_0$  ditolak. Maka artinya variabel bebas (X1) dan variabel bebas (X2) secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel terikat (Y).

sebagai berikut: 1.  $H_a$  diterima apabila  $F_{hitung} >$   $F_{table}$ , pada  $\alpha = 5\%$  dan nilai  $PValue <$  level of significant sebesar 0,05 2.  $H_0$  ditolak apabila  $F_{hitung} <$   $F_{table}$ , pada  $\alpha = 5\%$  dan nilai  $Pvalue >$  level of significant sebesar 0,05.<sup>63</sup>

### 3.9.3 Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Koefisien determinan (R<sup>2</sup>) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variable independen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai (R<sup>2</sup>) yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel independen. Kelemahan mendasar dalam penggunaan koefisien determinasi adalah jumlah variabel independen, maka R<sup>2</sup> pasti meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel independen, oleh karena itu, banyak peneliti yang menganjurkan

---

<sup>63</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi*, (Bandung: Alfabeta, 2016), hal.71

untuk menggunakan nilai adjusted R2, nilai adjusted R2 dapat naik ataupun turun apabila satu variabel independen ditambahkan kedalam model.<sup>64</sup>

---

<sup>64</sup> *Ibid*, hal.96

## BAB IV

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian

Kota Langsa merupakan kota yang menerapkan hukum Syariat Islam. Kota Langsa berada kurang lebih 400 km dari kota Banda Aceh. Pada awalnya Kota Langsa berstatus Kota Administratif sesuai dengan Peraturan Pemerintah Nomor 64 Tahun 1991 tentang Pembentukan Kota Administratif Langsa. Kota Administratif Langsa diangkat statusnya menjadi Kota Langsa berdasarkan Undang-Undang Nomor 3 tanggal 21 Juni 2001. Hari jadi Kota Langsa ditetapkan pada tanggal 17 Oktober 2001. Kota Langsa terkenal sebagai kota pendidikan, kota perdagangan, kota kuliner/makanan, dan kota wisata.<sup>65</sup>

##### 4.1.1 Keadaan Geografi

Secara administratif Kota Langsa memiliki 5 kecamatan dan 51 gampong. Kota Langsa mempunyai luas wilayah 262,41 KM<sup>2</sup>, yang terletak pada posisi antara 04° 24' 35,68'' – 04° 33' 47,03'' Lintang Utara dan 97° 53' 14,59'' – 98° 04' 42,16'' Bujur Timur, dengan ketinggian antara 0 – 25 M di atas permukaan laut serta mempunyai Batas-batas wilayah sebagai berikut:<sup>66</sup>

- Sebelah Utara : Kabupaten Aceh Timur
- Sebelah Timur : Selat Malaka
- Sebelah Selatan : Kabupaten Aceh Tamiang

---

<sup>65</sup> [https://id.wikipedia.org/wiki/Kota\\_Langsa#Geografi](https://id.wikipedia.org/wiki/Kota_Langsa#Geografi)

<sup>66</sup> *Ibid*,

- Sebelah Barat : Kabupaten Aceh Timur

#### **4.1.2 Penduduk Kota Langsa**

Mayoritas penduduk Kota Langsa adalah suku Aceh, suku Melayu, suku Jawa, suku Tionghoa, dan suku Batak. Bahasa Aceh digunakan oleh mayoritas masyarakat Kota Langsa, namun bahasa Indonesia tetap menjadi bahasa utama. Agama Islam adalah agama mayoritas masyarakat Kota Langsa dan rakyat Aceh umumnya. Hukum Syariat Islam menjadi aturan dasar dalam kehidupan masyarakat Kota Langsa. Agama Kristen juga menjadi bagian dari populasi, sementara Buddha banyak diadopsi oleh komunitas warga Tionghoa (China). Kota Langsa merupakan kota yang kaya akan perbedaan etnis dan penduduk tetap hidup dalam damai serta memiliki toleransi beragama yang kuat. Lokasi Kota Langsa sangat dekat dengan Medan, ibu kota Provinsi Sumatra Utara, sehingga menempatkan Kota Langsa sebagai kota yang strategis dan ramai imigran.<sup>67</sup>

Kota Langsa memiliki 5 kecamatan dan 51 gampong dengan kode pos 24410-24415 (dari total 243 kecamatan dan 5827 gampong di seluruh Aceh). Per tahun 2010 jumlah penduduk di wilayah ini adalah 148.904 (dari penduduk seluruh provinsi Aceh yang berjumlah 4.486.570) yang terdiri atas 73.930 pria dan 74.974 wanita (rasio 98,61). Dengan luas daerah 20.341 ha (dibanding luas seluruh provinsi Aceh 5.677.081 ha), tingkat kepadatan penduduk di wilayah ini adalah 568 jiwa/km<sup>2</sup> (dibanding kepadatan provinsi 78 jiwa/km<sup>2</sup>). Daftar kecamatan dan gampong di Kota Langsa, adalah sebagai berikut :

---

<sup>67</sup> <http://ms-langsa.go.id/>

- Langsa Barat : Lhok Banie, Kuala Langsa, Matang Seulimeng, Paya Bujok Beuramo, Paya Bujok Teungoh, Seuriget, Simpang Lhee, Serambi Indah, Sungai Pauh, Sungai Pauh Firdaus, Sungai Pauh Pusaka, Sungai Pauh Tanjong, Teulaga Tujuh.
- Langsa Baro : Alue Dua, Alue Dua Bakaran Batee, Birem Puntong, Gedubang Aceh, Geudubang Jawa, Karang Anyar, Lengkong, Paya Bujuk Seuleumak, Paya Bujuk Tunong, Pondok Kelapa, Sukajadi Makmur, Timbang Langsa.
- Langsa Kota : Alue Beurawe, Blang, Blang Seunibong, Daulat, Jawa, Meutia, Paya Bujok Blang Pase, Peukan Langsa, Teungoh, Tualang Teungoh.
- Langsa Lama : Asam Peutek, Baroh Langsa Lama, Batee Puteh, Gampong Baro, Meurandeh, Meurandeh Aceh, Meurandeh Dayah, Meurandeh Teungoh, Pondok Keumuning, Pondok Pabrik, Seulalah, Seulalah Baru, Sidodadi, Sidorejo, Sukajadi Kebun Ireng.
- Langsa Timur : Alue Merbau, Alue Pineung, Alue Pineung Timue, Buket Meudang Ara, Buket Meutuah, Buket Pulo, Buket Rata, Cinta Raja, Kapa, Matang Ceungai, Matang Panyang,

Matang Seutui, Kapa, Simpang Wie, Sukarejo, Sungai Lueng.<sup>68</sup>

## 4.2 Analisis Deskriptif

### 4.2.1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Adapun data mengenai jenis kelamin dari 94 responden masyarakat Kota Langsa adalah sebagai berikut :

**Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden**

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentasi (%)
1.	Laki – laki	54	54%
2.	Perempuan	40	40%
	Jumlah	94	94%

*Sumber : Data penelitian 2021*

Dari gambaran tabel diatas dapat diketahui mengenai jumlah jenis kelamin responden masyarakat Kota Langsa yang menunjukkan mayoritas dari respondenya adalah laki-laki. Dengan keterangan jumlah laki-laki yang menjadi responden adalah 54 dan sisanya perempuan dengan jumlah 40.

<sup>68</sup> <https://pemerintahan.langsakota.go.id/web-gampong/>

#### 4.2.2 Data Responden Berdasarkan Pekerjaan

Data mengenai pekerjaan para responden masyarakat Kota Langsa adalah sebagai berikut :

**Tabel 4.2 Pekerjaan Responden**

No.	Pekerjaan	Jumlah	Presentasi (%)
1.	Pelajar	22	22%
2.	PNS	16	16%
3.	TNI	2	2%
4.	Pedagang	21	21%
5.	Wiraswasta	26	26%
6.	Lainnya	7	7%
	Jumlah	94	94%

*Sumber : Data Penelitian 2021*

Dari gambaran tabel diatas dapat diketahui mengenai latar belakang pekerjaan responden pada penelitian ini dimana mayoritas dari responden adalah wiraswasta . Dengan keterangan jumlah dari responden yang bekerja sebagai Pegawai Negeri Sipil (PNS) adalah 16 jiwa, TNI 2 Jiwa, Pedagang 21 jiwa, Pelajar 22 jiwa, Wiraswasta 26, dan lainnya 7 jiwa.

### 4.2.3 Data Responden Berdasarkan Status

Adapun data mengenai status perkawinan dari responden masyarakat kota Langsa pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

**Tabel 4.3 Status Responden**

No.	Status	Jumlah	Presentasi (%)
1.	Lajang	44	44%
2.	Menikah	46	46%
3.	Duda	2	2%
4.	Janda	3	3%
	Jumlah	94	94%

*Sumber : Data Penelitian 2021*

Dari gambaran tabel diatas dapat di simpulkan mengenai status responden masyarakat Kota Langsa mayoritas sudah menikah. Dengan keterangan jumlah dari responden yang sudah menikah adalah 46 orang dan sisanya lajang 44 orang, duda 2 orang, dan janda 3 orang.

## 4.3 Analisis Data

### 4.3.1 Analisis Deskriptif Variabel

#### 1. Variabel Persepsi (X1)

Dalam penelitian ini terdapat 5 item pertanyaan yang diajukan kepada responden. Distribusi jawaban berdasarkan variabel Persepsi adalah sebagai berikut

dengan keterangan SS (Sangat Setuju), S (Setuju), RR (Ragu-Ragu), TS (Tidak Setuju), STS (Sangat Tidak Setuju).

**Tabel 4.4 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Persepsi (X1)**

<b>Pertanyaan</b>	<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>RR/ N</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>	<b>Total</b>
X1.1	21	42	27	3	1	94
X1.2	18	41	24	10	1	94
X1.3	20	42	26	4	2	94
X1.4	14	44	22	12	2	94
X1.5	13	33	41	5	2	94
<b>Jumlah</b>	<b>86</b>	<b>202</b>	<b>140</b>	<b>34</b>	<b>8</b>	<b>470</b>

*Sumber : Data Primer diolah, 2021*

Berdasarkan pada table 4.4 diatas, bahwasannya jawaban reponden terbanyak ialah setuju sebanyak 202 poin, kemudian Ragu-ragu / netral 140 poin, sangat setuju 86 poin, tidak setuju 34 poin dan sangat tidak setuju 8 poin atas variabel persepsi terhadap minat menabung. Hal ini membuktikan bahwa keseluruhan jumlah responden sebanyak 42,9% yang menjawab setuju, 29,7% netral, 18,2% sangat setuju, 7,23% tidak setuju, dan 1,7% sangat tidak setuju. Jadi dapat di simpulkan bahwa persepsi yang terjadi di tengah masyarakat saat ini berpengaruh sangat tinggi terhadap minat menabung di perbankan syariah.

## 2. Variabel Religiusitas (X2)

Untuk melihat pernyataan responden terhadap indikator- indikator variabel religiusitas (X2) dapat diuraikan sebagai berikut :

**Tabel 4. 5 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Religiusitas (X2)**

<b>Pertanyaan</b>	<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>RR / N</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>	<b>Total</b>
X2.1	61	31	2	-	-	94
X2.2	73	20	1	-	-	94
X2.3	32	35	26	1	-	94
X2.4	25	43	26	-	-	94
X2.5	31	41	20	2	-	94
X2.6	51	36	7	-	-	94
<b>Jumlah</b>	<b>273</b>	<b>206</b>	<b>82</b>	<b>3</b>	<b>-</b>	<b>564</b>

*Sumber : Data primer diolah,2021*

Berdasarkan table 4.5 diatas, secara umum responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 273 poin, setuju 206 poin, netral 82 poin, tidak setuju 3 poin, dan sangat tidak setuju 0 poin atas variabel religiusitas masyarakat terhadap minat menabung. Telah dibuktikan bahwa dari keseluruhan jumlah reponden sebanyak 48,4% menjawab sangat setuju, 36,5% setuju, 14,1% netral, dan 0,5 tidak setuju. Maka dapat disimpulkan bahwa religiusitas masyarakat terhadap minat menabung sangat tinggi.

### 3. Minat Menabung (Y)

Untuk melihat pernyataan responden terhadap indikator – indikator variabel minat menabung (Y) sebagai berikut :

**Tabel 4.6 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Minat Menabung (Y)**

<b>Pertanyaan</b>	<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>RR / N</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>	<b>Total</b>
Y.1	30	52	12	-	-	94
Y.2	16	48	21	8	1	94
Y.3	14	44	23	12	1	94
Y.4	8	54	23	6	3	94
Y.5	17	55	18	2	2	94
<b>Jumlah</b>	85	253	97	28	7	470

*Sumber : Data primer diolah, 2021*

Berdasarkan pada table 4.6 diatas menunjukkan bahwa secara umum responden yang menjawab setuju 253 poin, netral 97 poin, sangat setuju 85 poin, tidak setuju 28 poin, dan sangat tidak setuju 7 poin. Maka berdasarkan table tersebut menunjukkan bahwa dari keseluruhan jumlah responden sebanyak 53,8% menjawab setuju, 20,6% netral, 18,0% sangat setuju, 5,9% tidak setuju, dan 1,4% menjawab sangat tidak setuju. Bisa di simpulkan bahwa minat menabung pada masyarakat Kota langsa sangat tinggi terhadap perbankan syariah.

### 4.3.2 Uji Validitas dan Reabilitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisioner. Suatu kuisioner bisa dikatakan valid jika pertanyaan pada kuisioner mampu mengungkapkan suatu yang akan diukur oleh kuisioner tersebut. Validitas juga merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkatan-tingkatan kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid mempunyai validitas yang tinggi, dan sebaliknya instrumen yang tidak valid mempunyai validitas yang rendah.<sup>69</sup> Uji validitas juga digunakan untuk menguji setiap butir-butir dari pertanyaan yang ada dalam kuisioner apakah valid dalam mendefinisikan suatu variabel. Hasil dari  $r$  hitung penelitian harus lebih besar dari  $r$  tabel. Dimana  $df = n - 2$  dengan sig 5%. Jika  $r$  hitung lebih besar dari pada  $r$  tabel maka instrumen tersebut dikatakan valid, sebaliknya jika  $r$  hitung lebih kecil dari  $r$  tabel maka hasilnya tidak valid. Dalam penelitian ini peneliti mengolah data menggunakan program SPSS versi 16. Dimana hasil output dari perhitungan SPSS untuk validitas variabel X1 (persepsi) adalah sebagai berikut.

---

<sup>69</sup> Husein umar, Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis ( Jakarta:PT. Grafindo Persada, 2011) hal.181

## a. Uji Validitas Variabel X1 (persepsi)

**Tabel 4.7 Uji Validitas Variabel X1 (Persepsi)**

Pertanyaan	R hitung	R tabel	Kesimpulan
Item 1	0,774	0,2006	Valid
Item 2	0,828	0,2006	Valid
Item 3	0,851	0,2006	Valid
Item 4	0,872	0,2006	Valid
Item 5	0,793	0,2006	Valid

*Sumber : Data Primer ,2021*

Berdasarkan keterangan data diatas yang telah diolah menunjukan bahwa keseluruhan dari pertanyaan atau item mengenai variabel X1 (persepsi) dapat dikatakan valid, karena semua nilai dari r hitung lebih besar dari nilai r tabel.

## b. Uji Validitas X2 (Religiusitas)

**Tabel 4.8 Uji Validitas X2 (Religiusitas)**

Pertanyaan	R hitung	R tabel	Kesimpulan
Item 1	0,513	0,2006	Valid
Item 2	0,535	0,2006	Valid
Item 3	0,807	0,2006	Valid
Item 4	0,747	0,2006	Valid
Item 5	0,750	0,2006	Valid
Item 6	0,670	0,2006	Valid

*Sumber : Data Primer ,2021*

Berdasarkan keterangan data diatas yang telah diolah menunjukan bahwa keseluruhan dari pertanyaan atau item mengenai variabel X2 (Religiusitas) dapat dikatakan valid, karena semua nilai dari r hitung lebih besar dari nilai r tabel.

c. Uji Validitas Y (Minat Menabung)

**Tabel 4.9 Uji Validitas Y (Minat Menabung)**

Pertanyaan	R hitung	R tabel	Kesimpulan
Item 1	0,599	0,2006	Valid
Item 2	0,809	0,2006	Valid
Item 3	0,749	0,2006	Valid
Item 4	0,556	0,2006	Valid
Item 5	0,759	0,2006	Valid

*Sumber : Data Primer, 2021*

Berdasarkan keterangan data diatas yang telah diolah menunjukan bahwa keseluruhan dari pertanyaan atau item mengenai variabel Y (Religiusitas) dapat dikatakan valid, karena semua nilai dari r hitung lebih besar dari nilai r tabel.

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuisisioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuisisioner dapat dikatakan reliabel apabila jawaban seseorang terhadap pertanyaan tersebut konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Penelitian ini menggunakan Cronbach's Alpha, dengan kriteria bahwa tingkat alpha hitung lebih besar dari kefisien Cronbach's Alpha sebesar 0,60 maka data yang diujikan memiliki tingkat reliabilitas yang baik.<sup>70</sup>

---

<sup>70</sup> *Ibid,*

Adapun perhitungan tingkat alpha dilakukan dengan menggunakan program SPSS 16,0. Adapun hasil perhitungan terlihat pada tabel output SPSS dibawah ini.

**Tabel 4.10 Uji Reabilitas**

Variabel	Reliability Coefficients	Cronbach's Alpha	Keterangan
Persepsi (X1)	0,60	0,882	Reliabel
Religiusitas (X2)	0,60	0,766	Reliabel
Minat Menabung (Y)	0,60	0,734	Reliabel

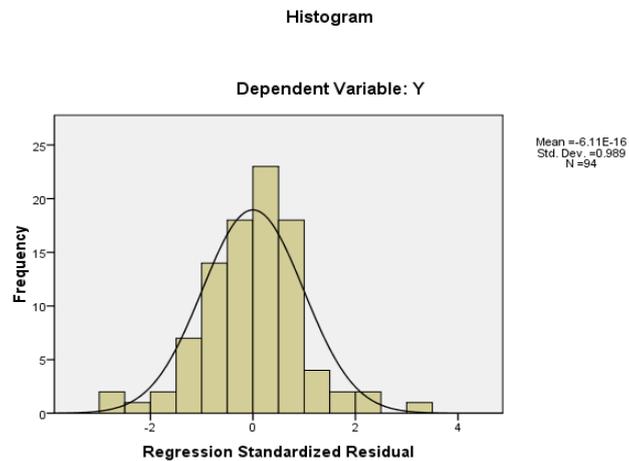
*Sumber : Data Primer ,2021*

Berdasarkan hasil data diatas menunjukkan bahwa nilai Cronbach's Alpha dari variabel Persepsi (X1), Variabel Religiusitas (X2), Variabel Minat Menabung (Y) adalah reliabel karena nilainya  $> 0,60$  sehingga dapat dikatakan reliabel. Dan sesuai dengan hasil tersebut maka kuisioner dapat dipergunakan.

### 4.3.3 Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Normalitas

Nilai residual terstandarisasi yang berdistribusi normal jika digambarkan dengan bentuk kurva akan membentuk lonceng yang kedua sisinya melebar sampai tak terhingga. Hasil uji normalitas dapat dilihat pada gambar sebagai berikut:

**Tabel 4.11 Histogram**

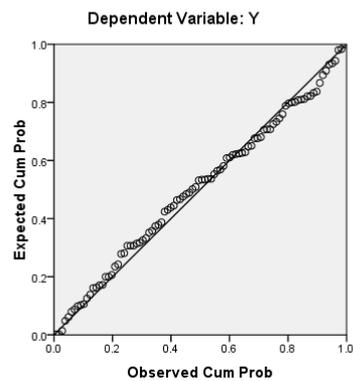
*Sumber : Data Primer yang diolah, 2021*

Berdasarkan gambar histogram diatas terlihat bahwa kurva dependen dan *regression standardized residual* membentuk gambar seperti lonceng. Oleh karena itu berdasarkan uji normalitas, analisis regresi layak digunakan.

Hal ini juga dapat dilihat dari grafik normal P-P plot untuk mendeteksi normalitas data. Hasil uji normalitas yang dilakukan ditunjukkan oleh gambar grafik berikut:

**Tabel 4.12**

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



*Sumber : Data Primer yang diolah, 2021*

Berdasarkan grafik diatas dapat dijelaskan bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Hal ini membuktikan bahwa data yang dipergunakan dalam penelitian ini asumsi normalitas.

#### b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas untuk mengetahui apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Jika terjadi kolerasi, terdapat masalah multikolinearitas yang harus diatasi. Untuk menguji ada tidaknya multikolinearitas dalam suatu model regresi salah satunya adalah dengan melihat nilai toleransi dan lawannya, dan variance inflation factor (VIF). Nilai cut off yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikoliniearitas adalah nilai Tolerance  $< 0.10$  atau sama dengan nilai VIF  $> 10$ . Bila nilai Tolerance  $> 0.10$  atau sama

dengan nilai VIF < 10, berarti tidak ada multikolinieritas antar variabel dalam model regresi.<sup>71</sup>

Selanjutnya adalah hasil perhitungan uji multikolonieritas dari variabel X1 (persepsi), variabel X2 (*religiusitas*), dan variabel Y (minat menabung) dengan menggunakan SPSS versi 16 adalah sebagai berikut :

**Tabel 4.13 Uji Multikolinieritas**

		Coefficients <sup>a</sup>						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	.722	2.244		.322	.748		
	Persepsi	.463	.058	.594	8.051	.000	.996	1.004
	Religiuisitas	.378	.078	.357	4.830	.000	.996	1.004

a. Dependent Variable: Minat Menabung

*Sumber : Data Primer yang diolah, 2021*

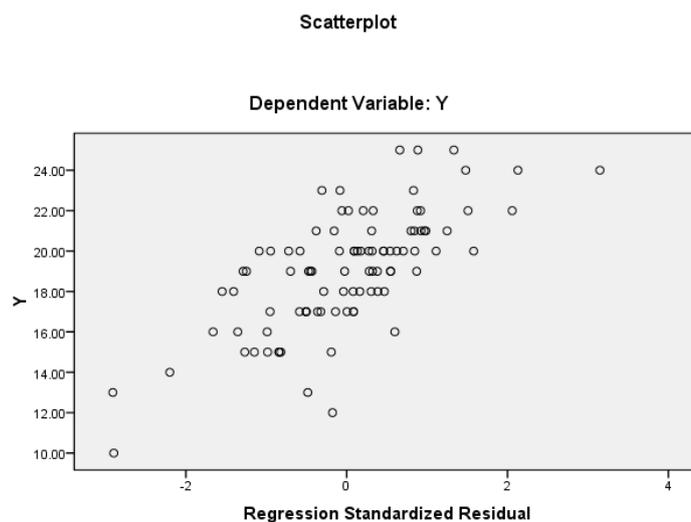
Berdasarkan hasil data diatas dapat disimpulkan bahwa dari variabel persepsi dan *religiusitas* tidak terjadi multikolonieritas dengan nilai dari VIF nya kurang dari 10. Dengan keterangan dari variabel persepsi nilainya  $1.004 < 10,0$ , religiusitas nilainya  $1.004 < 10,0$ .

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

### c. Uji Heteroskedastisitas

Uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain. Heteroskedastisitas berarti varian variabel gangguan yang tidak konstan. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heterokedastisitas. Cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heterokedastisitas dapat dilakukan dengan melihat grafik scatterplot antara nilai prediksi variabel terikat yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID.<sup>72</sup>

**Tabel 4.14**



*Sumber : Data Primer yang diolah, 2021*

<sup>72</sup> Imam, Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011), hal.173

Dari grafik scatter diatas, jelas bahwa tidak ada pola tertentu karena titik menyebar tidak beraturan diatas dan di bawah sumbu 0 pada sumbu Y. Maka dapat disimpulkan tidak terdapat gejala heteroskedastisitas atau HO diterima.

#### d. Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis Regresi Linear berganda adalah pengembangan analisis regresi sederhana terhadap aplikasi yang terdiri dari dua atau lebih variabel independen untuk menduga nilai dari variabel dependen.<sup>73</sup> Analisis linear berganda dapat digunakan untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel bebas yaitu Persepsi (X1), Religiusitas (X2) terhadap minat menabung (Y) pada penelitian ini digunakan model regresi linear berganda untuk menguji kebenaran hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, yang modelnya sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Dimana :

Y = Minat menabung

A = Konstan

b<sub>1</sub> = Koefisien persepsi

X<sub>1</sub> = Persepsi

b<sub>2</sub> = Koefisien religiusitas

X<sub>2</sub> = Religiusitas

e = Standard Error/Standar Kesalahan

---

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

**Tabel 4.15 Hasil Uji Regresi Linier Berganda**

Model		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.722	2.244		.322	.748
	Persepsi (x1)	.463	.058	.594	8.051	.000
	Religiusitas (X2)	.378	.078	.357	4.830	.000

a. Dependent Variable: Minat Menabung (Y)

Sumber : Data Primer yang diolah, 2021

Dari analisis regresi linier berganda diatas diketahui persamaan linier berganda sebagai berikut :

$$Y = 0.722 + 0.463X_1 + 0.378X_2 + e$$

Berdasarkan regresi linier berganda persamaan yang menunjukkan koefisien regresi dari kedua variabel bebas ( $b_1, b_2$ ) bertanda (+) ak ini berarti bahwa variabel persepsi dan religiusitas terpenuhi mengakibatkan minat menabung semakin meningkat. Dari persamaan tersebut dapat dijelaskan bahwa :

1. Apabila nilai variabel yang terdiri dari persepsi dan religiusitas mempunyai nilai nol, maka variabel minat menabung akan tetap sebesar 0,722. karena nilai konstantanya menunjukkan nilai sebesar 0,722.
2. Nilai koefisien persepsi ( $X_1$ ) sebesar 0.463 (46,3%) meunjukkan bahwa variabel persepsi ( $X_1$ ) berpengaruh positif terhadap minat menabung. Artinya semakin besar persepsi masyarakat Kota Langsa maka minat menabung di perbankan akan meningkat.
3. Nilai koefisien religiusitas ( $X_2$ ) sebesar 0.378 (37,8%) meunjukkan bahwa variabel religiuistas ( $X_2$ ) berpengaruh positif terhadap minat menabung.

Artinya semakin besar religiusitas masyarakat Kota Langsa maka minat menabung di perbankan akan meningkat.

#### 4.3.4 Uji Hipotesis

##### a. Uji Parsial (t)

Uji t menunjukkan seberapa besar pengaruh variabel bebas secara individual terhadap variabel terikat. Uji t digunakan untuk menentukan nilai uji statistik dengan persamaan. Atau dapat juga dikatakan untuk menguji hipotesis, maka diadakan pengujian dengan menggunakan rumus "t".<sup>74</sup> Uji T dimaksudkan untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat dengan asumsi variabel bebas yang lain tidak berubah.

**Tabel 4.16 Hasil Uji T**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.722	2.244		.322	.748
	Persepsi(X1)	.463	.058	.594	8.051	.000
	Religiusitas(X2)	.378	.078	.357	4.830	.000

a. Dependent Variable: Minat Menabung(Y)

*Sumber : Data Primer yang diolah, 2021*

$$T \text{ tabel} = t (\alpha/2; n-k-1)$$

$$= t (0,025; 91)$$

$$= 1,986$$

$\alpha$  = tingkat kepercayaan

<sup>74</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi*, (Bandung: Alfabeta, 2016), hal.71

$n$  = jumlah sampel

$k$  = jumlah variabel X

Berdasarkan hasil data olahan dari SPSS diatas dapat disimpulkan nilai konstanta sebesar 0.722. Kemudian sebelum merumuskan hipotesis sudah diketahui dari perhitungan diatas bahwa nilai dari Ttabel sebesar 1,986

Sehingga dapat disimpulkan dari data tabel diatas bahwa :

1. Hipotesis 1 yang berbunyi: Persepsi berpengaruh positif terhadap minat menabung.

Dari tabel 4.16, diketahui bahwa nilai t-hitung adalah 8.051 sedangkan nilai t-tabel adalah 1,986 yang lebih kecil dibandingkan dengan t-hitung. Berarti persepsi berpengaruh positif terhadap minat menabung atau dengan kata lain H1 diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa apabila variabel persepsi mengalami kenaikan maka variabel minat menabung juga mengalami kenaikan, dengan ketentuan variabel lain bernilai tetap, begitu juga sebaliknya.

2. Hipotesis 2 yang berbunyi : religiusitas berpengaruh positif terhadap minat menabung.

Dari tabel 4.16 diatas, diketahui bahwa nilai t-hitung adalah 4.830 sedangkan nilai t-tabel adalah 1,986 yang lebih kecil dibandingkan dengan t-hitung. Berarti religiusitas berpengaruh positif terhadap minat menabung atau dengan kata lain H2 diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa apabila variabel religiusitas mengalami kenaikan maka variabel minat

menabung juga mengalami kenaikan, dengan ketentuan variabel lain bernilai tetap, begitu juga sebaliknya.

b. Uji Simultan (Uji F)

Uji ini menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Kriteria pengambilan keputusan yang digunakan adalah sebagai berikut:<sup>75</sup>

1.  $H_a$  diterima apabila  $F_{hitung} > F_{table}$ , pada  $\alpha = 5\%$  dan nilai  $P_{value} < level$  of signifikan sebesar 0,05.
2.  $H_0$  ditolak apabila  $F_{hitung} < F_{table}$ , pada  $\alpha = 5\%$  dan nilai  $P_{value} > level$  of signifikan sebesar 0,05.

**Tabel 4.17 Hasil Uji F (Simultan)**

ANOVA <sup>b</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	397.684	2	198.842	46.603	.000 <sup>a</sup>
	Residual	388.273	91	4.267		
	Total	785.957	93			

a. Predictors: (Constant), Religiusitas(X2), Persepsi(X1)

b. Dependent Variable: Minat Menabung(Y)

*Sumber : Data Primer yang diolah, 2021*

$$F_{tabel} = F(k;n-k)$$

$$= F(2;92)$$

$$= 3,10$$

<sup>75</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi*, (Bandung: Alfabeta, 2016), hal.71

Dari perhitungan diatas disimpulkan bahwa  $F_{hitung}$  sebesar 46.603. Dan nilai  $F_{tabel}$  dengan perhitungan  $F_{tabel} = F(k;n-k)$  adalah 3,10. Dari nilai tersebut dijelaskan bahwa  $F_{hitung} 46.603 > 3,10 F_{tabel}$  sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Dengan demikian berarti variabel  $X_1$  *persepsi* dan Variabel  $X_2$  *religiusitas* keseluruhanya berpengaruh signifikansi terhadap variabel  $Y$  *minat menabung*.

c. Uji Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi yang dinotasikan dengan  $R^2$  ialah suatu ukuran yang penting dalam regresi. Determinan  $R^2$  mencerminkan kemampuan variabel dependen. Tujuan dari analisis ini ialah untuk menghitung besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai  $R^2$  menunjukkan sberapa besar proporsi dari total variasi variabel tidak bebas yang dapat dijelaksn oleh variabel penejsnya. Semakin tinggi nilai  $R^2$  maka proporsi dan total variasi variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen.<sup>76</sup>

**Tabel 4.18 Uji Determinasi ( $R^2$ )**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.711 <sup>a</sup>	.506	.495	2.06561

a. Predictors: (Constant), Religiusitas(X2), Persepsi(X1)

*Sumber : Data Primer yang diolah, 2021*

Berdasarkan hasil uji determinasi pada data olahan diatas besarnya koefisien determinan atau adjustes  $R^2$  adalah 0,495 hal tersebut berarti bahwa 49,5% variabel

---

<sup>76</sup> *Ibid,96*

minat menabung dipengaruhi oleh persepsi dan religiusitas sedangkan pada sisanya (100% - 49,5%) adalah 50,5% dijelaskan oleh variabel lain diluar persamaan tersebut.

#### **4.4 Pembahasan**

##### **a. Pengaruh variabel persepsi (X1) terhadap variabel minat menabung (Y)**

Persepsi adalah pandangan seseorang terhadap sesuatu yang akan membuat respon bagaimana dan dengan apa seseorang akan bertindak. Persepsi manusia terdapat perbedaan sudut pandang dalam penginderaan yang mempersepsikan sesuatu itu baik atau buruk.

Di dalam sebuah persepsi mengandung suatu proses dalam diri untuk mengetahui dan mengevaluasi sejauh mana kita mengetahui orang lain. Pada proses ini kepekaan dalam diri seseorang terhadap lingkungan sekitar mulai terlihat. Cara pandang akan menentukan kesan yang dihasilkan dari proses persepsi.

Dari hasil pengujian hipotesis menyatakan bahwa persepsi berpengaruh terhadap minat menabung masyarakat Kota Langsa. Hal ini dapat dibuktikan dari hasil pengujian yang menyatakan  $T_{hitung} > T_{tabel}$  yaitu  $8.051 > 1.986$  dengan demikian hipotesis ini diterima dengan signifikansi 5%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi persepsi masyarakat terhadap perbankan syariah maka semakin tinggi minat menabung masyarakat di perbankan syariah begitu juga sebaliknya.

Hasil ini juga didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Mufti Arsyidian dalam skripsinya yang berjudul Pengaruh Persepsi Tingkat Religiusitas Dan Disposable Income Terhadap Minat Menabung Di Perbankan Syariah, dimana

hasil dari penelitian tersebut juga mengatakan persepsi memiliki pengaruh yang signifikan dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $6.363 > 1.985$ ) terhadap minat menabung di perbankan syariah.<sup>77</sup>

Penelitian yang dilakukan oleh Ayu Andriani dalam skripsinya yang berjudul Pengaruh Persepsi dan Religiusitas Santri Pondok pesantren Al-Falah Mojo Kediri Terhadap Minat Menabung di Perbankan Syariah, dimana hasil dari penelitian tersebut mengatakan persepsi memiliki pengaruh yang signifikan dengan nilai nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2.311 > 1.993$ ) terhadap minat menabung di perbankan syariah.<sup>78</sup>

Penelitian yang dilakukan oleh Yulian Afiah dalam skripsinya yang berjudul Pengaruh Religiusitas dan Persepsi Masyarakat Desa Bode Lon Terhadap Minat Menabung Di Perbankan Syariah, dimana hasil dari penelitian tersebut juga mengatakan persepsi memiliki pengaruh yang signifikan dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $3.319 > 1.66055$ ) terhadap minat menabung di perbankan syariah.<sup>79</sup>

b. Pengaruh variabel religiusitas (X2) terhadap variabel minat menabung (Y)

Religiusitas ialah suatu sistem yang kompleks dari kepercayaan, keyakinan, sikap-sikap dan upacara-upacara yang menghubungkan individu dengan satu keberadaan atau kepada sesuatu yang bersifat ketuhanan. Religiusitas adalah suatu

---

<sup>77</sup> Mufti Arsyidian, *Pengaruh Persepsi Tingkat Religiusitas Dan Disposable Income Terhadap Minat Menabung Di Perbankan Syariah*, (Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang 2019), hal. 112

<sup>78</sup> Ayu Andriani, *Pengaruh Persepsi Dan Religiusitas Santri Terhadap Minat Menabung Di Perbankan Syariah*, (IAIN Tulungagung: 2015)

<sup>79</sup> Yulian Afiah, *Pengaruh Religiusitas dan Persepsi Masyarakat Desa Bode Lor Terhadap Minat Menabung Di Perbankan Syariah*, (IAIN Syekh Nurjati Cirebon, 2016)

keatuan unsur yang komprehensif, yang menjadikan seseorang disebut sebagai orang beragama, dan bukan sekedar mengaku mempunyai agama.

Religiusitas diartikan sebagai seberapa jauh pengetahuan, seberapa kokoh keyakinan, seberapa pelaksanaan ibadah dan kaidah dan seberapa dalam penghayatan atas agama yang dianutnya. Bagi seorang Muslim, religiusitas dapat diketahui dari seberapa jauh pengetahuan, keyakinan, pelaksanaan dan penghayatan atas agama Islam. Bila semua unsur itu telah dimiliki oleh seseorang maka itulah sesungguhnya insan yang beragama.

Dari hasil pengujian hipotesis menyatakan bahwa religiusitas berpengaruh terhadap minat menabung masyarakat Kota Langsa. Hal ini dapat dibuktikan dari hasil pengujian yang menyatakan  $T_{hitung} > T_{tabel}$  yaitu  $4.830 > 1.986$  dengan demikian hipotesis ini diterima dengan signifikansi 5%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi religiusitas masyarakat maka semakin tinggi minat menabung masyarakat di perbankan syariah begitu juga sebaliknya. Berarti religiusitas dapat diartikan sebagai salah satu faktor yang mempengaruhi minat masyarakat menabung di perbankan syariah karena masih banyak faktor lain yang mempengaruhi minat menabung masyarakat selain faktor tersebut.

Hasil ini juga didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ayu Andriani dalam skripsinya yang berjudul Pengaruh Persepsi Dan Religiusitas Santri Terhadap Minat Menabung Di Perbankan Syariah, dimana hasil dari penelitian

tersebut juga mengatakan religiusitas memiliki pengaruh yang signifikan dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $4.188 > 1.993$ ) terhadap minat menabung di perbankan syariah.<sup>80</sup>

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Mufti Arsyidian dalam skripsinya yang berjudul *Pengaruh Persepsi, Tingkat Religiusitas dan Disposable Income Terhadap Minat Menabung Di Perbankan Syariah*, dimana hasil dari penelitian tersebut juga mengatakan religiusitas memiliki pengaruh yang signifikan dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $4.658 > 1.985$ ) terhadap minat menabung di perbankan syariah.<sup>81</sup>

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Yulian Afiah dalam skripsinya yang berjudul *Pengaruh Religiusitas dan Persepsi Masyarakat Desa Bode Lon Terhadap Minat Menabung Di Perbankan Syariah*, dimana hasil dari penelitian tersebut juga mengatakan religiusitas memiliki pengaruh yang signifikan dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $3.319 > 1.66055$ ) terhadap minat menabung di perbankan syariah.<sup>82</sup>

- c. Pengaruh persepsi dan religiusitas terhadap minat menabung di perbankan syariah.

Berdasarkan hasil penelitian bahwa persepsi dan religiusitas bersama-sama memiliki pengaruh terhadap minat menabung di perbankan syariah. Dapat dibuktikan dengan melihat hasil pengujian uji F yang menunjukkan  $F_{hitung} >$

---

<sup>80</sup> Ayu Andriani, *Pengaruh Persepsi Dan Religiusitas Santri Terhadap Minat Menabung Di Perbankan Syariah*, (IAIN Tulungagung: 2015)

<sup>81</sup> Mufti Arsyidian, *Pengaruh Persepsi Tingkat Religiusitas Dan Disposable Income Terhadap Minat Menabung Di Perbankan Syariah*, (Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang 2019)

<sup>82</sup> Yulian Afiah, *Pengaruh Religiusitas dan Persepsi Masyarakat Desa Bode Lor Terhadap Minat Menabung Di Perbankan Syariah*, (IAIN Syekh Nurjati Cirebon, 2016)

Ftabel yaitu  $46.603 > 3,10$  sehingga dapat disimpulkan  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Sedangkan menurut perhitungan uji determinasi untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel dapat diejelaskan oleh variabel independen adalah cukup kuat, dengan nilai koefisien determinasi sebesar 0,495 atau 49,5% dari keseluruhannya 100% , dan sisanya (100% - 49,5%) adalah 50,5% dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Besarnya tingkat variabel persepsi dalam mempengaruhi minat menabung masyarakat Kota Langsa di perbankan syariah dapat diketahui dalam uji regresi linier berganda sebesar 0,470 bernilai positif mempunyai arti bahwa setiap kenaikan persepsi masyarakat Kota Langsa terhadap perbankan syariah akan meningkat minat menabung mereka di perbankan syariah sebesar 0,470. Semakin baik persepsi masyarakat Kota Langsa terhadap minat menabung di perbankan syariah juga akan mengalami kenaikan.

Begitu juga dengan variabel religiusitas, dimana besarnya variabel variabel religiusitas dalam mempengaruhi minat menabung masyarakat Kota Langsa di perbankan syariah dapat diketahui dari uji regresi berganda sebesar 0.349 bernilai positif mempunyai arti bahwa setiap kenaikan religiusitas masyarakat Kota Langsa memberikan peningkatan terhadap minat menabung di perbankan syariah sebesar 0.349. tingkat religiusitas masyarakat Kota Langsa yang tinggi akan mendorong mereka untuk memilih perbankan syariah dalam membantu setiap kegiatannya. Religiusitas masyarakat Kota Langsa yang semakin besar akan mempengaruhi minat menabung di perbankan syariah juga kan lebih besar.

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan pada Bab IV oleh peneliti maka dapat ditarik beberapa kesimpulan yaitu :

1. Dari hasil penelitian hipotesis pertama menyatakan bahwa Persepsi berpengaruh secara parsial terhadap minat menabung masyarakat Kota Langsa, dimana hasil dari pengujian yang dilakukan oleh peneliti menunjukkan angka pada  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $8.051 > 1.986$  dengan demikian hipotesis ini diterima dengan signifikansi 5%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi persepsi masyarakat terhadap perbankan syariah maka semakin tinggi minat menabung masyarakat di perbankan syariah begitu juga sebaliknya. Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima atau persepsi
2. Dari hasil penelitian hipotesis kedua menyatakan bahwa religiusitas berpengaruh secara parsial terhadap minat menabung masyarakat Kota Langsa, dimana hasil tersebut dibuktikan dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu sebesar  $4.830 > 1.986$  dengan demikian hipotesis ini diterima dengan signifikansi 5%. . sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi religiuistas masyarakat maka semakin tinggi pula minat menabung masyarakat di perbankan syariah. Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima atau religiusitas berpengaruh dan signifikan terhadap minat menabung di perbankan syariah.
3. Dan jika dilihat ssecara simultan pada variable-variabel independen yaitu variable X1 (persepsi) dan variable X2 (religiusitas) berpengaruh secara simultan terhadap variable dependennya Y (minat menabung). Hal ini dibuktikan dengan melihat hasil pengujian uji F yang menunjukkan  $F_{hitung} > F_{tabel}$  yaitu  $46.603 > 3,10$  sehingga dapat disimpulkan  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Dengan demikian berarti variabel X1 (persepsi) dan Variabel X2 (religiusitas) keseluruhan berpengaruh signifikansi terhadap variabel Y (minat menabung).

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penulisan penelitian ini penulis menyadari bahwa masih banyak terdapat kekurangan di dalamnya. Untuk itu, peneliti memberikan beberapa saran dan pertimbangan sebagai penyempurna penelitian yang selanjutnya mengenai pengaruh persepsi dan tingkat religiusitas terhadap minat menabung di perbankan syariah.

### 1. Bagi Masyarakat

Khususnya bagi masyarakat Kota Langsa agar lebih memperdalam dan memperluas pengetahuan serta bijak dalam memilih keputusan untuk menabung di bank syariah agar harapan kedepannya masyarakat Kota Langsa menyadari dan memahami bahwa Perbankan Syariah dan bank Konvensional itu jauh berbeda. Harapannya untuk masyarakat kedepannya lebih mengutamakan lagi ajaran-ajaran islam dan berpedoman teguh kepada Al-Qur'an dan Hadist agar tercapai fahlah didunia maupun diakhirat kelak.

### 2. Bagi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Penelitian ini diharapkan sebagai masukan dalam mengembangkan studi kepustakaan bahan referensi terutama bagi mahasiswa Program Studi (Prodi) Perbankan Syariah IAIN Langsa.

### 3. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian berikutnya diharapkan menggunakan data yang lebih akurat dengan jumlah yang lebih banyak. Penggunaan data yang lebih akurat memungkinkan hasil yang lebih baik. Serta penelitian selanjutnya disarankan menambah variabel independen yang disinyalir dapat mempengaruhi minat menabung di perbankan syariah pada masyarakat di Kota Langsa.

## DAFTAR PUSTAKA

### 1. Buku

- Ancok, Djamaluddin. dan Fuat Nashori Suroso. *Psikologi Islam*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2005
- Ahmadi, Abu. *Psikologi Umum*, Surabaya : Bina ilmu. 1982.
- Antonio, Syafi'i, muhammad. *Bank Syariah*, Jakata: Gema Insani, 2001.
- Aziz, amin, m. *Mengembangkan Bank Islam di Indonesia*, Jakarta: Bankit, 1992.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*, Semarang :Universitas Diponegoro, 2012.
- Harisah, Afifah dan Zulfitri, Masiming, *Persepsi Manusia Terhadap Tanda, Simbol dan Spasial*, Jurnal Smartek, 2008
- Irfan, & Julianda, Azuar. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Bandung: CitaPusaka Media Perintis, 2013.
- Jalaluddin. *Psikologi Agama*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2010.
- Martono, nanang. *Metode penleitian kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*, Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2010.
- Muhammad. *Metodologi Penelitian Ekonomi Isalam Pendekatan Kuantitatif (Dilengkapi dengan Contoh-Contoh Aplikasi Proposal Penelitian dan Laporrannya)*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008.
- Nashori, Fuad & Mucharam, Diana, Rachmy. *Mengembangkan Kreativitas Dalam Perspektif Psikologi Islam*, Yogyakarta: Menara Kudus, 2002.
- Paradigma, Muhaimin. *Pendidikan Islam : Upaya Mengefektifkan Pendidikan Agama Sekolah*, Bandung: PT. Mahasiswa Rodakarya, 2002.
- Setiadi, Nugroho J. *Perilaku Konsumen*, Jakarta: Kencana, 2008.

- Sudarsono, Heri. *Konsep Ekonomi Islam Suatu Pengantar*, Yogyakarta : EKONISIA, 2007.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2012.
- Suharsimi, Arikunto. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktis, edisi revisi VI*, Jakarta: Rineka Cipta, 2002.
- Sutisna, *Perilaku Konsumen Dan Komunikasi Pemasaran*, Bandung: PT Remaja Risdakarya, 2001.
- Sutrisman, Dudih. *Pendidikan politik, Persepsi, Kepemimpinan, Dan Mahasiswa*, Guepedia, 2019
- Tatik, Suryani. *Perilaku Konsumen: Implikasi Pada Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Remaja Posdakarya, 2008.
- Umar, Husein. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, Jakarta:PT. Grafindo Persada, 2011.
- Wibowo, Edy – Widodo, Untung, Hendy. *Mengapa Memilih Bank Syariah ?*, Bogor : Galia Indonesia, 2005.
- Wilardjo, Setia, Budhi. *Pengertian, Peranan dan Perkembangan Bank Syariah di Indonesia*“, Value Added, vol. 2: 1, September, 2004-Maret, 2005.
- Zain & JS Badudu, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta:Pustaka Sinar Harapan, 1994.

### **1. Jurnal dan Skripsi**

- Afiah, Yulian, *Pengaruh Religiusitas dan Persepsi Masyarakat Desa Bode Lor Terhadap Minat Menabung Di Perbankan Syariah*,Cirebon : IAIN Syekh Nurjati Cirebon, 2016.

- Ainina, Wida. *Minat Nasabah Menabung Di Bank Syariah Mandiri Yogyakarta*, UIN Yogyakarta. 2018
- Andriani, Ayu. *Pengaruh Persepsi Dan Religiusitas Santri Terhadap Minat Menabung Di Perbankan Syariah*, Tulungagung : IAIN Tulungagung, 2015.
- Ariani, Dian. *Persepsi masyarakat umum Terhadap Bank Syariah di Medan*, Medan : Universitas Sumatera Utara, 2007.
- Arsyidian, Mufti. *Pengaruh Persepsi Tingkat Religiusitas Dan Disposable Income Terhadap Minat Menabung Di Perbankan Syariah*, Semarang : Universitas Islam Negeri Walisongo, 2019
- Ningsih, Julia, Sri. *Pengaruh Persepsi, Tingkat Religiusitas Dan Disposable Income Terhadap Minat Menabung Di Perbankan Syariah*, Lampung : Universitas Islam Raden Intan Lampung, 2017.
- Setiasih, Dani. Panca. *Analisis Persepsi, Preferensi, Sikap Dan Perilaku Dosen Terhadap Perbankan Syariah (Study Kasus pada Dosen Fakultas Syariah IAIN Walisongo Semarang)*, Semarang : Skripsi IAIN Walisongo, 2011.
- T, Aromasari. 1991. *skripsi “ Hubungan Antara Sikap terhadap Tabungan Berhadiah dengan Minat Menabung Mahasiswa pada Bank di Beberapa Universitas di Yogyakarta”*. Yogyakarta: Fakultas Psikologi Universitas Gajah Mada.
- Thomas, Ekwado. *Konsep Persepsi*, (<http://ekwadothomasfikes.blogspot.com/>, diakses 11 Maret 2020)
- [www.bi.go.id/id/tentang-bi/uu-bi/Documents/UU\\_21\\_08\\_Syariah.pdf](http://www.bi.go.id/id/tentang-bi/uu-bi/Documents/UU_21_08_Syariah.pdf), diakses tanggal 11 Maret 2020.
- Otoritas Jasa Keuangan, SnapShot Perbankan Syariah, Juni 2019
- <https://langsakota.bps.go.id/>
- [https://id.wikipedia.org/wiki/Kota\\_Langsa#Geografi](https://id.wikipedia.org/wiki/Kota_Langsa#Geografi)

<https://pemerintahan.langsakota.go.id/web-gampong/>

<http://ms-langsa.go.id/>

## Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian

### Kuesioner Penelitian

#### Pengaruh Persepsi dan Religiusitas Masyarakat Terhadap Minat Menabung di Perbankan Syariah (Studi kasus pada masyarakat Kota Langsa)

#### Petunjuk pengisian :

Berilah tanda silang pada pertanyaan yang harus dipilih, sesuai dengan keadaan Bapak/Ibu/Saudara/i. Dan mohon beri jawaban pada pertanyaan berikut ini :

#### DATA KARAKTERISTIK RESPONDEN

##### A. Identitas Diri

Nama :

Alamat

##### B. Karakteristik Personal :

1. Jenis kelamin : laki-laki/perempuan

2. Usia :

3. Pekerjaan :

4. Status :

##### C. Daftar Pertanyaan

Berilah tanda silang (X) pada pertanyaan-pertanyaan/ pernyataan pernyataan berikut. Keterangan untuk skala dalam kuesioner, yaitu:

1. Sangat Tidak Setuju (STS)

2. Tidak Setuju (TS)

3. Ragu-ragi/ netral (RR)

4. Setuju (S)

5. Sangat Setuju (ST)

No	Daftar Pertanyaan	STS	TS	RR	S	ST
<b>Variabel Persepsi</b>						
1.	Sistem dan produk-produk perbankan syariah di Kota Langsa saat ini sudah sesuai dengan prinsip - prinsip syariah islam (pengharapan)					
2.	Dengan berinvestasi di bank syariah lebih minim resiko dibandingkan pada bank konvensional (pengharapan)					
3.	Sebagai muslim yang baik saya lebih suka menabung di bank syariah dari pada bank konvensional (kebutuhan)					
4.	Tabungan di bank syariah lebih aman di bandingkan pada bank konvensional (kebutuhan)					
5.	Setujukah anda bahwa Bank syariah mempunyai reputasi yang baik (penilaian)					
<b>Variabel Religiusitas</b>						
1.	Saya meyakini kebenaran Al-Qur'an sebagai petunjuk dan pedoman manusia dalam kehidupan di dunia (keyakinan)					
2.	Saya percaya bahwa Nabi Muhammad adalah Nabi terakhir yang diutus oleh Allah ( Keyakinan)					
3.	Saya suka membaca buku buku-buku tentang agama (pengetahuan agama)					
4.	Saya terkadang mengikuti pengajian yang diselenggarakan di lingkungan sosial. (pengetahuan agama)					
5.	Saya menyisihkan uang untuk bersedekah (praktik)					
6.	Saya shalat 5 waktu (praktik)					
<b>Minat Menabung</b>						
1.	Saya akan menyimpan uang dengan cara yang diarahkan oleh Islam/ sesuai dengan syariat Islam (dorongan diri)					

2.	Saya akan menabung di bank syariah karena bebas dari riba (emosional)					
3.	Saya akan menabung di bank syariah karena ingin mendapatkan berkah dan pahala (emosional)					
4.	Saya mendapat dorongan dari orang tua agar bisa menyisihkan hasil pendapatan saya untuk menabung (dorongan diri)					
5.	Saya akan menabung di bank syariah karena keinginan diri sendiri (dorongan diri)					

Atas dasar kesediaan dan keikhlasan saudara/i dalam mengisi kuesioner di atas, saya ucapkan Terima kasih.

## Lampiran 2 : Data Tabulasi Kuesioner

No.	Minat Menabung (Y)						Persepsi (X1)						Religiusitas (X2)						
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Total	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	Total	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	Total
1	4	4	4	4	4	20	5	5	4	4	4	22	4	5	5	5	4	5	28
2	4	4	4	2	4	18	4	4	5	3	3	19	4	5	4	4	3	4	24
3	4	5	5	4	4	22	5	5	4	5	4	23	5	5	5	4	4	5	28
4	4	3	4	4	4	19	5	4	5	5	4	23	4	4	3	4	4	5	24
5	5	5	5	4	5	24	4	5	5	4	4	22	4	5	4	3	3	4	23
6	5	5	4	4	4	22	4	4	4	5	3	20	5	5	5	4	4	4	27
7	4	4	4	3	4	19	5	4	4	5	3	21	4	5	4	4	4	4	25
8	5	5	5	4	5	24	3	3	3	3	3	15	5	5	4	4	4	4	26
9	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	5	5	3	4	5	26
10	5	5	4	4	5	23	5	4	5	5	5	24	4	5	4	4	4	4	25
11	4	3	4	3	4	18	5	5	4	5	5	24	5	4	4	4	3	4	24
12	4	4	4	3	4	19	4	3	4	3	3	17	5	5	5	5	5	5	30
13	5	5	4	4	5	23	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	30
14	4	4	3	3	3	17	4	3	4	3	3	17	5	5	4	4	3	4	25
15	4	4	3	4	4	19	3	3	3	3	4	16	4	4	4	4	4	4	24
16	4	3	3	3	3	16	3	4	4	3	3	17	4	5	4	4	4	4	25
17	4	3	4	4	4	19	5	5	4	5	3	22	4	5	4	4	3	4	24
18	3	3	2	3	4	15	4	4	3	4	3	18	4	4	3	3	3	5	22
19	4	5	4	4	5	22	4	3	4	4	5	20	5	5	5	5	5	5	30
20	5	4	4	2	5	20	5	5	4	4	5	23	5	5	5	3	3	5	26
21	3	4	2	4	3	16	4	4	3	3	3	17	5	5	4	4	4	5	27

22	4	3	4	3	3	17	4	4	3	3	3	17	5	5	4	3	4	4	25
23	5	4	3	4	3	19	3	3	4	4	3	17	5	4	4	5	4	4	26
24	5	5	3	3	5	21	5	4	4	5	3	21	5	5	5	5	5	5	30
25	3	3	4	4	4	18	2	4	3	4	3	16	5	4	4	4	3	4	24
26	4	3	4	4	3	18	4	4	4	4	3	19	4	4	3	4	3	4	22
27	5	3	2	3	4	17	3	4	4	3	3	17	4	4	4	4	4	4	24
28	5	4	2	4	4	19	5	5	5	4	5	24	5	4	4	5	3	5	26
29	4	4	3	4	5	20	4	4	5	4	3	20	5	5	5	4	3	5	27
30	5	5	4	3	5	22	5	3	3	3	4	18	4	5	4	3	3	4	23
31	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	4	24	5	5	5	5	5	5	30
32	4	3	4	4	2	17	3	4	3	4	2	16	5	5	3	3	4	3	23
33	5	3	3	1	5	17	3	2	3	4	4	16	5	5	3	3	4	3	23
34	4	4	3	3	3	17	4	3	4	4	3	18	4	4	3	3	4	3	21
35	4	4	3	4	4	19	3	3	3	3	3	15	5	5	4	3	5	5	27
36	4	3	3	5	4	19	3	3	3	3	3	15	5	5	3	4	5	5	27
37	4	3	3	4	5	19	3	3	4	3	3	16	5	5	4	3	5	5	27
38	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	5	4	4	4	4	25
39	3	5	4	3	4	19	3	5	4	4	4	20	5	5	3	3	4	4	24
40	4	4	3	4	3	18	4	3	4	3	4	18	5	5	3	3	3	3	22
41	3	3	3	4	4	17	3	3	4	4	3	17	5	5	3	3	4	3	23
42	4	4	5	4	4	21	4	3	4	4	4	19	5	5	4	3	3	5	25
43	4	4	5	4	4	21	4	4	4	3	4	19	5	5	3	3	5	5	26
44	5	4	4	3	4	20	3	2	4	3	3	15	5	5	4	4	5	5	28
45	5	4	4	4	3	20	3	3	4	3	3	16	5	5	5	4	4	5	28
46	5	5	5	2	5	22	4	5	5	4	5	23	5	5	5	5	3	4	27

47	3	3	3	3	3	15	4	4	3	3	3	17	3	3	3	3	3	3	18	
48	4	4	3	3	3	17	4	4	4	3	3	18	4	5	3	3	3	5	23	
49	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15	5	5	3	3	3	5	24	
50	4	2	2	4	4	16	4	4	4	4	4	20	4	5	4	4	4	4	25	
51	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	24	
52	4	2	2	4	3	15	3	4	2	2	4	15	5	4	3	3	5	4	24	
53	5	4	3	5	4	21	3	4	5	4	4	20	5	5	5	5	5	5	30	
54	3	3	4	3	4	17	4	3	4	4	4	19	5	5	3	3	4	3	23	
55	5	4	4	4	4	21	3	4	3	3	3	16	5	5	5	4	5	5	29	
56	4	5	5	5	5	24	3	3	5	4	5	20	5	5	5	5	5	4	29	
57	5	5	5	5	5	25	4	4	5	5	4	22	5	5	5	5	5	5	30	
58	4	4	4	4	4	20	4	3	4	4	4	19	5	5	3	4	5	5	27	
59	3	2	2	1	2	10	3	3	3	3	3	15	5	5	3	3	3	3	22	
60	4	4	2	1	1	12	2	3	1	1	1	8	5	4	3	3	3	3	21	
61	4	4	4	4	4	20	3	4	4	4	4	19	5	5	3	4	4	5	26	
62	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	24	
63	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	30	
64	4	2	2	4	3	15	4	2	2	2	4	14	5	5	3	4	4	5	26	
65	5	5	5	4	4	23	4	5	5	5	5	24	5	5	5	5	5	5	30	
66	4	4	4	4	4	20	5	5	4	4	4	22	5	5	5	5	5	5	30	
67	4	4	4	4	4	20	4	4	5	4	3	20	5	5	4	4	4	4	26	
68	4	4	3	3	4	18	5	4	5	4	5	23	4	5	4	4	4	5	26	
69	4	5	5	4	4	22	4	4	4	4	3	19	5	5	5	5	4	4	28	
70	5	4	4	4	4	21	4	4	3	4	3	18	5	4	5	4	4	5	27	
71	5	4	4	4	5	22	3	4	4	4	3	18	4	5	4	5	4	4	26	

72	4	4	4	4	4	20	3	4	4	4	3	18	4	4	5	4	4	5	26
73	3	4	3	4	3	17	4	4	4	4	3	19	5	4	4	4	4	4	25
74	4	4	4	5	4	21	5	4	4	4	5	22	4	4	4	4	4	5	25
75	5	4	4	4	4	21	4	4	3	3	3	17	4	5	4	4	4	5	26
76	4	4	4	4	4	20	5	5	4	4	5	23	5	5	5	4	5	4	28
77	4	4	4	4	4	20	3	4	4	3	4	18	5	5	4	4	5	5	28
78	3	2	5	2	4	16	4	3	2	2	3	14	4	4	2	4	2	4	20
79	4	4	3	4	4	19	4	4	4	4	3	19	4	4	3	4	4	4	23
80	4	3	3	4	4	18	4	2	3	2	3	14	5	5	4	4	4	4	26
81	4	4	4	4	4	20	3	2	3	2	3	13	5	5	5	5	4	5	29
82	3	2	2	2	4	13	4	3	3	2	3	15	5	5	5	5	5	5	30
83	5	1	1	5	1	13	1	1	1	1	1	5	5	5	5	5	5	4	29
84	3	4	5	3	3	18	3	3	4	4	3	17	5	5	3	3	3	5	24
85	5	5	3	4	5	22	5	5	5	5	5	25	3	5	3	5	5	5	26
86	4	4	4	4	4	20	4	2	3	2	3	14	5	5	5	5	5	5	30
87	4	2	2	3	3	14	4	2	3	2	3	14	5	5	5	5	5	5	30
88	3	3	3	3	3	15	3	2	3	2	2	12	5	5	5	5	5	5	30
89	3	3	3	3	3	15	2	2	2	2	2	10	5	5	5	5	5	5	30
90	4	4	4	4	4	20	3	3	3	3	3	15	4	4	4	4	4	4	24
91	5	2	3	4	4	18	4	2	3	2	2	13	5	5	5	5	5	5	30
92	5	4	4	4	4	21	4	2	3	2	4	15	5	5	5	5	5	5	30
93	4	4	4	2	3	17	3	3	4	4	3	17	4	5	4	4	3	5	25
94	4	4	4	3	4	19	5	5	5	4	4	23	5	5	4	4	4	5	27

### Lampiran 3 Hasil Olah Data SPSS

#### A. Frekuensi Data Jawaban Responden

##### Persepsi

###### X1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1.0	1.0	1.0
	TS	3	3.0	3.0	4.0
	RR/N	30	30.0	30.0	34.0
	S	45	45.0	45.0	79.0
	SS	21	21.0	21.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

###### X1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1.0	1.0	1.0
	TS	12	12.0	12.0	13.0
	RR/N	26	26.0	26.0	39.0
	S	43	43.0	43.0	82.0
	SS	18	18.0	18.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

###### X1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	2.0	2.0	2.0
	TS	4	4.0	4.0	6.0
	RR/N	29	29.0	29.0	35.0
	S	45	45.0	45.0	80.0
	SS	20	20.0	20.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**X1.4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	2.0	2.0	2.0
	TS	15	15.0	15.0	17.0
	RR/N	27	27.0	27.0	44.0
	S	42	42.0	42.0	86.0
	SS	14	14.0	14.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**X1.5**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	2.0	2.0	2.0
	TS	5	5.0	5.0	7.0
	RR/N	46	46.0	46.0	53.0
	S	33	33.0	33.0	86.0
	SS	14	14.0	14.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Religiusitas****X2.1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	RR/N	2	2.0	2.0	2.0
	S	31	31.0	31.0	33.0
	SS	67	67.0	67.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**X2.2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	RR/N	1	1.0	1.0	1.0
	S	22	22.0	22.0	23.0
	SS	77	77.0	77.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**X2.3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	1.0	1.0	1.0
	RR/N	26	26.0	26.0	27.0
	S	38	38.0	38.0	65.0
	SS	35	35.0	35.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**X2.4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	RR/N	27	27.0	27.0	27.0
	S	44	44.0	44.0	71.0
	SS	29	29.0	29.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**X2.5**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	2	2.0	2.0	2.0
	RR/N	22	22.0	22.0	24.0
	S	43	43.0	43.0	67.0
	SS	33	33.0	33.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**X2.6**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	RR/N	9	9.0	9.0	9.0
	S	38	38.0	38.0	47.0
	SS	53	53.0	53.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

## Minat Menabung

### Y.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	RR/N	15	15.0	15.0	15.0
	S	55	55.0	55.0	70.0
	SS	30	30.0	30.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

### Y.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1.0	1.0	1.0
	TS	9	9.0	9.0	10.0
	RR/N	22	22.0	22.0	32.0
	S	50	50.0	50.0	82.0
	SS	18	18.0	18.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

### Y.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1.0	1.0	1.0
	TS	12	12.0	12.0	13.0
	RR/N	27	27.0	27.0	40.0
	S	46	46.0	46.0	86.0
	SS	14	14.0	14.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

### Y.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	3	3.0	3.0	3.0
	TS	6	6.0	6.0	9.0
	RR/N	26	26.0	26.0	35.0
	S	57	57.0	57.0	92.0
	SS	8	8.0	8.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

## Y.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	2.0	2.0	2.0
	TS	2	2.0	2.0	4.0
	RR/N	20	20.0	20.0	24.0
	S	57	57.0	57.0	81.0
	SS	19	19.0	19.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

## B. Uji Validitas

## Persepsi

## Correlations

		item_1	item_2	item_3	item_4	item_5	total
item_1	Pearson Correlation	1	.556**	.528**	.540**	.597**	.774**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	94	94	94	94	94	94
item_2	Pearson Correlation	.556**	1	.602**	.705**	.522**	.828**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	94	94	94	94	94	94
item_3	Pearson Correlation	.528**	.602**	1	.758**	.613**	.851**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	94	94	94	94	94	94
item_4	Pearson Correlation	.540**	.705**	.758**	1	.557**	.872**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	94	94	94	94	94	94
item_5	Pearson Correlation	.597**	.522**	.613**	.557**	1	.793**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	94	94	94	94	94	94
total	Pearson Correlation	.774**	.828**	.851**	.872**	.793**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	94	94	94	94	94	94

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

## Religiusitas

### Correlations

		item_1	item_2	item_3	item_4	item_5	item_6	total
item_1	Pearson Correlation	1	.402**	.292**	.140	.322**	.167	.513**
	Sig. (2-tailed)		.000	.004	.177	.002	.108	.000
	N	94	94	94	94	94	94	94
item_2	Pearson Correlation	.402**	1	.313**	.151	.319**	.285**	.535**
	Sig. (2-tailed)	.000		.002	.147	.002	.005	.000
	N	94	94	94	94	94	94	94
item_3	Pearson Correlation	.292**	.313**	1	.645**	.441**	.440**	.807**
	Sig. (2-tailed)	.004	.002		.000	.000	.000	.000
	N	94	94	94	94	94	94	94
item_4	Pearson Correlation	.140	.151	.645**	1	.485**	.409**	.747**
	Sig. (2-tailed)	.177	.147	.000		.000	.000	.000
	N	94	94	94	94	94	94	94
item_5	Pearson Correlation	.322**	.319**	.441**	.485**	1	.384**	.750**
	Sig. (2-tailed)	.002	.002	.000	.000		.000	.000
	N	94	94	94	94	94	94	94
item_6	Pearson Correlation	.167	.285**	.440**	.409**	.384**	1	.670**
	Sig. (2-tailed)	.108	.005	.000	.000	.000		.000
	N	94	94	94	94	94	94	94
total	Pearson Correlation	.513**	.535**	.807**	.747**	.750**	.670**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	94	94	94	94	94	94	94

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

## Minat Menabung

### Correlations

		item_1	item_2	item_3	item_4	item_5	total
item_1	Pearson Correlation	1	.396**	.193	.264*	.388**	.599**
	Sig. (2-tailed)		.000	.062	.010	.000	.000
	N	94	94	94	94	94	94
item_2	Pearson Correlation	.396**	1	.616**	.224*	.533**	.809**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.030	.000	.000
	N	94	94	94	94	94	94
item_3	Pearson Correlation	.193	.616**	1	.208*	.492**	.749**
	Sig. (2-tailed)	.062	.000		.044	.000	.000
	N	94	94	94	94	94	94
item_4	Pearson Correlation	.264*	.224*	.208*	1	.236*	.556**
	Sig. (2-tailed)	.010	.030	.044		.022	.000
	N	94	94	94	94	94	94
item_5	Pearson Correlation	.388**	.533**	.492**	.236*	1	.759**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.022		.000
	N	94	94	94	94	94	94
total	Pearson Correlation	.599**	.809**	.749**	.556**	.759**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	94	94	94	94	94	94

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

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

### C. Uji Reliabilitas

#### Persepsi

##### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	94	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	94	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

##### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.882	5

##### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
item_1	14.4787	9.758	.654	.870
item_2	14.6489	8.961	.716	.857
item_3	14.5213	9.091	.759	.846
item_4	14.7234	8.568	.781	.840
item_5	14.7766	9.509	.675	.866

#### Religiusitas

##### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	94	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	94	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.766	6

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
item_1	21.3617	6.319	.351	.766
item_2	21.2553	6.386	.400	.758
item_3	21.9362	4.598	.656	.688
item_4	21.9787	5.032	.584	.710
item_5	21.9468	4.933	.578	.712
item_6	21.5745	5.516	.499	.734

**Minat Menabung****Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	94	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	94	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

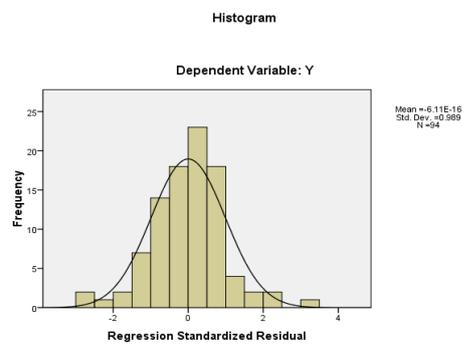
Cronbach's Alpha	N of Items
.734	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
item_1	14.8830	6.578	.419	.716
item_2	15.2447	5.047	.649	.623
item_3	15.4043	5.297	.548	.667
item_4	15.4043	6.415	.300	.761
item_5	15.1489	5.504	.592	.651

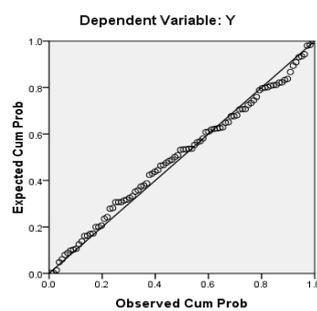
## D. Uji Asumsi Klasik

### Histogram



### Grafik

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



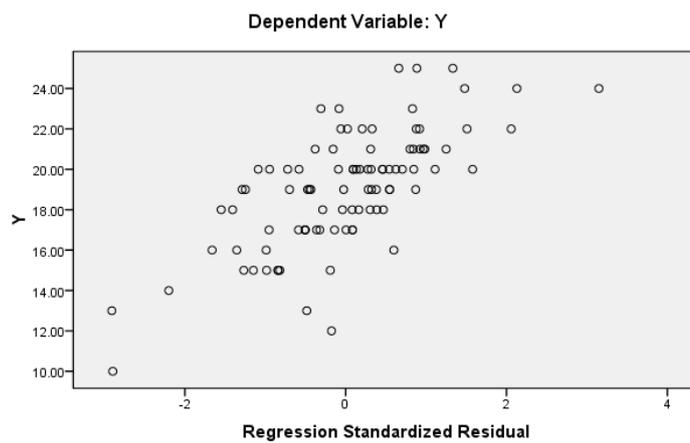
## E. Uji Multikolinieritas

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.722	2.244		.322	.748		
	Persepsi	.463	.058	.594	8.051	.000	.996	1.004
	Religiuisitas	.378	.078	.357	4.830	.000	.996	1.004

a. Dependent Variable: Minat Menabung

## F. Uji Heteroskedastisitas

**Scatterplot**

## G. Uji Regresi Linier Berganda

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.722	2.244		.322	.748
	Persepsi (x1)	.463	.058	.594	8.051	.000
	Religiuisitas (X2)	.378	.078	.357	4.830	.000

a. Dependent Variable: Minat Menabung (Y)

## H. Uji Parsial (T)

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.722	2.244		.322	.748
	Persepsi (x1)	.463	.058	.594	8.051	.000
	Religiusitas (X2)	.378	.078	.357	4.830	.000

a. Dependent Variable: Minat Menabung (Y)

### I. Uji Simultan (F)

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

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	397.684	2	198.842	46.603	.000 <sup>a</sup>
	Residual	388.273	91	4.267		
	Total	785.957	93			

a. Predictors: (Constant), Religiusitas(X2), Persepsi(X1)

b. Dependent Variable: Minat Menabung(Y)

### J. Uji Koefisien Determinasi R<sup>2</sup>

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.711 <sup>a</sup>	.506	.495	2.06561

a. Predictors: (Constant), Religiusitas(X2), Persepsi(X1)

**Lampiran 4 : Dokumentasi**





## Data Riwayat Hidup



### Data Pribadi

Nama : Rizki Fadillah  
Tempat, Tanggal Lahir : Langsa, 29 September 1999  
Kewarganegaraan : Indonesia  
Agama : Islam  
Alamat : Jl. Imum Ali Dusun Bata Alue Beurawe  
No. Hp : 082282833100

### Pendidikan Formal

2017 – Sekarang : Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan  
Bisnis Islam, IAIN Langsa  
2014 – 2017 : SMA Negeri 3 Langsa  
2011 – 2014 : SMP Negeri 1 Langsa  
2005 – 2011 : SDN 3 Langsa  
2004 – 2005 : TK Keumala Bhayangkari Langsa

Langsa, 24 Mei 2021

**Rizki Fadillah**

PENETAPAN PEMBIMBING SKRIPSI MAHASISWA PRODI PERBANKAN SYARIAH  
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 Prodi Perbankan Syariah 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.
- Mengingat : 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 2.888040/2020, Tanggal 12 November 2019.
- Memperhatikan: Hasil Seminar Proposal Mahasiswa Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam tanggal 19 Mei 2020.

**MEMUTUSKAN:**

- Menetapkan : **Dr. Safwan Kamar, M. E. I** sebagai Pembimbing I dan **Faisat Umardani Hasibuan, M.M** sebagai Pembimbing II untuk Penulisan Skripsi Mahasiswa atas nama Rizki Fadillah, Nomor Induk Mahasiswa (NIM) :4012017096, dengan Judul Skripsi : "Pengaruh Persepsi dan Religiusitas Masyarakat Terhadap Minat Menabung di Perbankan Syariah (Studi Kasus pada Masyarakat Kota Langsa)".
- 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 Perbankan Syariah 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 : 22 Oktober 2020 M  
05 Rabiul Awwal 1442 H

Dekan,

Iskandar

Tembusan :

1. Ketua Jurusan/Prodi Perbankan Syariah FEBI IAIN Langsa;
2. Pembimbing I dan II;
3. Mahasiswa yang bersangkutan.