SKRIPSI

PENGARUH PERSEPSI, MINAT DAN KEPUASAN TERHADAP KEPUTUSAN MENABUNG PASCA KONVERSI PT. BANK ACEH SYARIAH
(Masyarakat Muslim Kota Banda Aceh)

Disusun Oleh :

SURIRI HIDAYATI
NIM. 140603230

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
DARUSSALAM-BANDA ACEH

2018 M / 1439 H

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertandatangan di bawah ini

Nama : Suriri Hidayati

NIM : 140603230

Program Studi : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan skripsi ini, saya:

1. ***Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggungjawabkan.***
2. ***Tidak melakukan plagiasi terhadap naskah karya orang lain.***
3. ***Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin pemilik karya.***
4. ***Tidak melakukan pemanipulasian dan pemalsuan data.***
5. ***Mengerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggungjawab atas karya ini.***

Bila di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggung jawabkan dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap untuk dicabut gelar akademik saya atau diberikan sanksi lain berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 10 Januari 2019

Yang Menyatakan

Suriri Hidayati

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Ar-Raniry Banda Aceh
Sebagai Salah Satu Beban Studi
Untuk Menyelesaikan Program Studi Perbankan Syariah

Dengan Judul:

Pengaruh Persepsi, Minat dan Kepuasan Terhadap Keputusan Menabung Pasca Konversi PT. Bank Aceh Syariah (Masyarakat Muslim Kota Banda Aceh)

Disusun Oleh:

Suriri Hidayati
Nim: 140603230

Disetujui untuk disidangkan dan dinyatakan bahwa isi dan formatnya telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan dalam penyelesaian studi pada Program Studi Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry

Pembimbing I,	Pembimbing II,
Dr.Israk Ahmadsyah, B.Ec., M.Ec., M.Sc	Syahriyal, SE., MM
NIP. 19720907 200003 1 001	NIDN. 210108004

Mengetahui
Ketua Program Studi Perbankan Syariah,

Dr. Israk Ahmadsyah, B.Ec., M.Ec., M.Sc
NIP. 19720907 200003 1 001

LEMBAR PENGESAHAN SIDANG HASIL

SKRIPSI

Suriri Hidayati
NIM: 140603230

Dengan Judul:

Pengaruh Persepsi, Minat dan Kepuasan Terhadap Keputusan Menabung Pasca Konversi PT. Bank Aceh Syariah (Masyarakat Muslim Kota Banda Aceh)

Telah Disidangkan Oleh Program Studi Strata Satu (S1)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry
dan Dinyatakan Lulus Serta Diterima Sebagai Salah Satu Beban Studi
Untuk Menyelesaikan Program Studi Strata 1 dalam bidang
Perbankan Syariah

Pada Hari/Tanggal : Senin, 20 Desember 2018 M
13 Rabiul Akhir 1440 H

Banda Aceh
Tim Penilai Sidang Hasil Skripsi

Ketua,	Sekretaris,
Dr. Israk Ahmadsyah, B.Ec., M.Ec., M.Sc	Syahriyal, SE., MM
NIP. 19720907 200003 1 001	NIDN. 210108004
Penguji I,	Penguji II,
Ayumiati, SE., M. Si	Isnaliana, S.Hi., MA
NIP. 19780615 200912 2 002	NIDN. 2029099003

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Ar-Raniry Banda Aceh

Dr. Zaki Fuad, M. Ag
NIP. 19720907 200003 1 001

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH
UPT. PERPUSTAKAAN
Jl. Syeikh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh
Telp. 0651-7552921, 7551857, Fax. 0651-7552922
Web:www.library.ar-raniry.ac.id, Email:library@arraniry.ac.id

FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap	:	Suriri Hidayati
NIM	:	140603230
Fakultas/Jurusan	:	Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah
E-mail	:	Suriri.hidayati20@gmail.com

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah :

☐ Tugas Akhir ☐ KKU ☐ Skripsi ☐ .....
(*tulis jenis karya ilmiah*) yang berjudul (*tulis judul karya ilmiah yang lengkap*):

Pengaruh Persepsi, Minat dan Kepuasan Terhadap Keputusan Menabung Pasca Konversi PT. Bank Aceh Syariah (Masyarakat Muslim Kota Banda Aceh)

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh berhak menyimpan, mengalih-media formatkan, mengelola, mendiseminasikan, dan mempublikasikannya di internet atau media lain

☐ secara *fulltext* untuk kepentingan akademik tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis, pencipta dan atau penerbit karya ilmiah tersebut.
UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh akan terbebas dari segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian peryataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di	:	Banda Aceh
Pada tanggal	:	30 Januari 2019

Mengetahui

Penulis	Pembimbing I	Pembimbing II
Suriri Hidayati	Drs. Israk Ahmadsyah, B.Ec., M.Ec., M.Sc	Syahriyal, SE., MM
	NIP. 19720907 200003 1 001	NIDN. 210108004

KATA PENGANTAR

بسم الله الرحمن الرحيم

Segala puji bagi Allah yang senantiasa memberikan limpahan rahmat dan nikmat yang tidak mampu dihitung oleh hamba-Nya. Semoga dengan rahmat dan nikmat yang Allah SWT berikan menambah rasa syukur dan taqwa dihadapan-Nya. Shalawat dan salam semoga tercurah atas Nabi besar Muhammad SAW, beserta keluarga dan sahabat beliau.

Alhamdulillah atas Nama izin Allah yang maha segala-Nya dan berkat rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **"Pengaruh Persepsi, Minat dan Kepuasan Terhadap Keputusan Menabung Pasca Konversi PT. Bank Aceh Syariah (Masyarakat Muslim Kota Banda Aceh)"**. Skripsi ini merupakan tugas akhir sebagai syarat untuk menyelesaikan program studi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Jurusan Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh.

Dalam proses Penyelesaian skripsi ini, Penulis menyadari tidak mungkin menyelesaikan tanpa adanya Usaha, Do'a, dukungan, bantuan, arahan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan rasa homat dan terimakasih yang tak terhingga terutama kepada:

1. Dr. Zaki Fuad, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry.
2. Dr. Israk ahmadsyah B.Ec., M.Ec., M.Sc dan Ayumiati, SE., M.Si selaku ketua dan sekretaris Program Studi Perbankan Syariah UIN Ar-Raniry.
3. Dr. Israk Ahmadsyah B.Ec., M.Ec., M.Sc selaku pembimbing I dan Bapak Syahrial, SE., MM Selaku pembimbing II yang telah banyak memberikan waktu, pemikiran serta pengarahan baik berupa saran maupun arahan menuju perbaikan.
4. Ayumiati, SE., M. Si selaku penguji I dan Isnaliana, S.Hi., MA selaku penguji II yang telah memberikan masukan serta pengarahan terhadap skripsi ini.
5. Muhammad Arifin, Ph. D selaku ketua lab Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
6. Muhammad Adnan, SE., M. Si selaku dosen wali yang telah memberikan informasi dan pengarahan selama penulis menempuh perkuliahan beserta Dosen dan Staf Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry yang telah banyak memberikan bantuan dan kemudahan kepada penulis selama mengikuti perkuliahan.
7. Teristimewa kepada Ibunda Aspiati dan Alm. Ayahandaku Sofyan tercinta, berkat do'a dan restunya, sehingga ananda dapat menyelesaikan perkuliahan ini.
8. Teruntuk kepada Nenekku Suarni, Paman Afdhal Jihad, Alot Rahmi, Bunda Ipat, Alot Isil, Kakaku Rabi Agustia, Adekku

Ainon Purnama dan Adekku Arief Furqan berkat do'a dan dukungannya sehingga bisa menyelesaikan perkuliahan ini serta sahabat teman seperjuangan kepada Yuniar, Reza Mulyani, Duratun Nisa, M. Nahyan Zulfikar, Harianto Arbi dan Ridia Armis dan kawan yang lain tanpa terkecuali. Terimakasih untuk doa, kebersamaan, kasih sayang, tawa, canda, sedih, senang yang selalu memberikan dukungan lebih dari apapun. Tim Pengembangan Ekonomi (TPE) Bank Indonesia KPw Aceh terkhusus kepada Bapak Sunarso, Bapak Yason Taufik Akbar, Bapak Januar Aristianto, Bapak Hanif Fikri Fakhrurrozi, Bapak Moch Mashudi Arif dan Ibu Izazi yang telah memberikan motivasi dan semangat untuk penulis agar cepat menyelesaikan kuliah. Teman-teman seperjuangan Perbankan Syariah angakat 2014. Terimakasih telah menemani perjalananku selama ini semua tidak berhenti sampai disini, semoga tetap terjalin sampai nanti.

Penulis berharap dan berdo'a semoga amal baik mereka di balas oleh Allah SWT dengan pahala yang berlipat ganda. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat untuk penulis, pembaca dan menjadi sumbangan positif bagi banyak pihak.

Banda Aceh, 10 Januari 2019
Penulis,

Suriri Hidayati

TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K Nomor: 158 Tahun 1987 – Nomor: 0543 b/u/1987

1. Konsonan

No	Arab	Latin	No	Arab	Latin
1	ا	Tidak Dilambangkan	16	ط	T
2	ب	B	17	ظ	Z
3	ت	T	18	ع	”
4	ث	S	19	غ	G
5	ج	J	20	ف	F
6	ح	Ḥ	21	ق	Q
7	خ	Kh	22	ك	K
8	د	D	23	ل	L
9	ذ	Ż	24	م	M
10	ر	R	25	ن	N
11	ز	Z	26	و	W
12	س	S	27	ه	H
13	ش	Sy	28	ء	‘‘
14	ص	S	29	ي	Y
15	ض	D			

2. Vokal

Vokal Bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

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

Tanda	Nama	Huruf Latin
◌َ	*Fatḥah*	A
◌ِ	*Kasrah*	I
◌ُ	*Dammah*	U

b. Vokal Rangkap

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

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf
ي◌َ	*Fatḥah* dan ya	Ai
و◌َ	*Fatḥah* dan wau	Au

Contoh:

كيف : *kaifa*

هول: *haula*

3. *Maddah*

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

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan tanda
ي /اَ	*Fatḥah* dan *alif* atau ya	Ā
ـِي	*Kasrah* dan ya	Ī
ـُي	*Dammah* dan wau	Ū

Contoh:

قَالَ : *qāla*

رَمَى : *ramā*

قِيْلَ : *qīla*

يَقُوْلُ : *yaqūlu*

4. Ta *Marbutah* (ة)

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua, yaitu:

a. Ta *marbutah* (ة) hidup

Ta *marbutah* (ة) yang hidup atau mendapat harkat *fatḥah*, *kasrah* dan *dammah*, transliterasinya adalah t.

b. Ta *marbutah* (ة) mati

Ta *marbutah* (ة) yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah h.

c. Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta *marbutah* (ة) diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta *marbutah* (ة) itu ditransliterasikan dengan *h*.

Contoh:

رَوْضَةُ ٱلاطْفَالْ	: *rauḍah al-aṭfāl/ rauḍatul aṭfāl*
اَلْمَدِيْنَةُ الْمُنَوّرَة	: *al-Madīnah al-Munawwarah/ al-Madīnatul al-Munawwarah*
طَلْحَةْ	: *Ṭalḥah*

Catatan:

Modifikasi

1. Nama orang berkebangsaan Indonesia ditulis seperti biasa tanpa transliterasi, seperti M. Syuhudi Ismail, sedangkan nama-nama lainnya ditulis sesuai kaidah penerjemahan. Contoh: Ḥamad Ibn Sulaiman.
2. Nama negara dan kota ditulis menurut ejaan Bahasa Indonesia, seperti Mesir, bukan Misr :Beirut, bukan Bayrut :dan sebagainya.
3. Kata-kata yang sudah dipakai (serapan) dalam kamus Bahasa Indonesia tidak ditransliterasi.
   Contoh: Tasauf, bukan Tasawuf.

ABSTRAK

Nama	: Suriri Hidayati
NIM	: 140603230
Fakultas/Program Studi	: Ekonimi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah
Judul	: Pengaruh Persepsi, Minat dan Kepuasan Terhadap Keputusan Menabung Pasca Konversi PT Bank Aceh Syariah (Masyarakat Muslim Kota Banda Aceh)
Tanggal sidang	: 20 Desember 2018
Tebal	: 138 Halaman
Pembimbing I	: Dr.Israk Ahmadsyah, B.Ec., M.Ec., M.Sc
Pembimbing II	: Syahrial, SE., MM

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi, minat dan kepuasan terhadap keputusan menabung pasca konversi Bank Aceh Syariah. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden yaitu masyarakat muslim Kota Banda Aceh yang menabung pada Bank Aceh Syariah dengan menggunakan teknik *convenience sampling*. Metodologi yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, uji asumsi klasik, koefisien determinasi, uji t parsial dan uji F simultan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung sedangkan minat dan kepuasan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung. Persepsi, minat dan kepuasan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung. Penelitian ini dapat disimpulkan bahwa angka *R Square* sebesar 34,3% variabel keputusan menabung dapat dijelaskan oleh variabel persepsi, minat dan kepuasan sedangkan 65,7% sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Persepsi, Minat, Kepuasan, Keputusan Menabung

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN SAMPUL KEASLIAN i
HALAMAN JUDUL KEASLIAN ii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN iii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI v
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI vi
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI vii
KATA PENGANTAR viii
HALAMAN TRANSLITERASI xii
ABSTRAK xvi
DAFTAR ISI xvii
DAFTAR TABEL xxi
DAFTAR GAMBAR xxii
DAFTAR LAMPIRAN xxiii

BAB I PENDAHULUAN 1
1.1. Latar Belakang 1
1.2. Rumusan Masalah 6
1.3. Tujuan Penelitian 7
1.4. Manfaat Penelitian 7
1.5. Sistematika Pembahasan 8

BAB II LANDASAN TEORI 10
2.1. Teori Konversi 10
2.1.1 Pengertian Konversi 10
2.1.2 Mekanisme Konversi 11
2.1.3 Prosedur dan Syarat Konversi Bank Umum 14
2.1.4 Akibat Hukum Setelah Dikonversi 17
2.2. Teori Persepsi 18
2.2.1 Pengertian Persepsi 18
2.2.2 Proses Persepsi 19
2.2.3 Faktor-faktor yang mempengaruhi Persepsi 20
2.3. Teori Minat 21
2.3.1. Pengertian Minat 21
2.3.2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat 23

2.3.3. Proses Minat Pembelian 23
2.4. Teori Kepuasan 25
2.4.1 Pengertian Kepuasan 25
2.4.2 Manfaat Kepuasan 27
2.4.3 Metode Pengukuran Kepuasan 29
2.5. Teori Pengambilan Keputusan Menabung 31
2.5.1 Pengertian Pengambilan Keputusan 31
2.5.2 Tahap-Tahap Proses Pengambilan Keputusan 32
2.6. Penelitian Terdahulu 36
2.7. Kerangka Berfikir 42
2.8. Hipotesis Penelitan 44

BAB III METODOLOGI PENELITIAN 46
3.1. Jenis Penelitian 46
3.2. Populasi dan Sampel Penelitian 46
3.2.1 Populasi Penelitian 46
3.2.2 Sampel Penelitian 47
3.2.3 Teknik Pengambilan Sampel 47
3.3. Data dan Teknik Pengumpulan Data 48
3.3.1 Sumber Data 48
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data 49
3.4. Variabel Penelitian 49
3.4.1 Variabel Bebas (Independen) 49
3.4.2 Variabel Terikat (Dependen) 50
3.5 Skala Pengukuran 53
3.6 Uji Coba Instrumen 54
3.6.1 Uji Validitas 55
3.6.2 Uji Reliabilitas 55
3.7 Uji Asumsi Klasik 56
3.7.1 Uji Normalitas 56
3.7.2 Uji Multikolinearitas 56
3.7.3 Uji Heteroskedastisitas 57
3.7.4 Uji Autokorelasi 57
3.8 Metode Analisis Data 58
3.8.1 Statistik Deskriptif 59
3.8.2 Analisis Regresi Berganda 59
3.8.2.1 Uji Koefisien Determinasi (R^2) 60

3.9 Pengujian Hipotesis 60
3.9.1 Uji-t (Uji Parsial) 61
3.9.2 Uji-F (Uji Simultan) 61

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 62
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian 62
4.1.1 Sejarah Berdirinya PT. Bank Aceh Syariah 62
4.1.2 Visi, Misi dan Motto PT. Bank Aceh Syariah .. 67
4.1.2.1 Visi 67
4.1.2.2 Misi 67
4.1.2.3 Motto 68
4.2 Produk dan Layanan 69
4.2.1 Penghimpunan Dana 70
4.2.2 Penyaluran Dana 70
4.2.3 Produk Layanan 70
4.3 Pengujian Instrumen 71
4.3.1 Pilot Test 71
4.4 Deskripsi Data Penelitian 73
4.4.1 Karakteristik Responden 73
4.5 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen 77
4.5.1 Uji Validitas Instrumen 77
4.5.2 Uji Reliabilitas Instrumen 79
4.6 Uji Asumsi Klasik 80
4.6.1 Uji Normalitas 80
4.6.2 Uji Multikoleniaritas. 81
4.6.3 Uji Heteroskedastisitas 82
4.6.4 Uji Autokorelasi 84
4.7 Uji Regresi Berganda. 85
4.8 Pengujian Hipotesis 87
4.8.1 Uji Parsial (Uji t) 87
4.8.2 Uji Simultan (Uji F) 90
4.9 Uji Koefisien Determinasi (R^2) 91
4.10 Hasil Penelitian 92
4.10.1 Pengaruh Persepsi Terhadap Keputusan Menabung 92
4.10.2 Pengaruh Minat Terhadap Keputusan Menabung 92

4.10.3 Pengaruh Kepuasan Terhadap Keputusan Menabung..... 93
4.10.4 Pengaruh Persepsi, Minat dan Kepuasan Terhadap Keputusan Menabung 93

BAB V PENUTUP 95
5.1 Kesimpulan 95
5.2 Saran..... 96

DAFTAR PUSTAKA 98

LAMPIRAN 102

DAFTAR RIWAYAT HIDUP 139

جامعة الرانري
AR-RANIRY

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.1 Penduduk Kota Banda Aceh……...5
Tabel 2.1 Ringkasan Kajian Kepustakaan……..37
Tabel 3.2 Operasional Variabel Penelitian…….....49
Tabel 3.3 Skala Likert.....51
Tabel 4.1 Hasil Pilot Test.....69
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....71
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....72
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....72
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....73
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan.....74
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas.....75
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas.....77
Tabel 4.9 One-Sample Kolmogrov-Smirnov Test.....78
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinearitas.....80
Tabel 4.11 Hasil Uji Autokorelasi.....83
Tabel 4.12 Hasil Uji Regresi Berganda.....84
Tabel 4.13 Hasil Uji t.....86
Tabel 4.14 Hasil Uji F.....88
Tabel 4.15 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....89

جامعة الرانري
AR-RANIRY

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 1.1 Dana Pihak Ketiga PT. Bank Aceh Syariah Prakonversi 4
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran 42
Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas 81

جامعة الرانري
AR-RANIRY

DAFTAR LAMPIRAN

Halaman

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian 102
Lampiran 2 Jawaban Responden 108
Lampiran 3 Karakteristik Responden 122
Lampiran 4 Hasil Pengujian Instrumen/Pilot Testing 124
Lampiran 5 Hasil Uji Validitas..... 128
Lampiran 6 Hasil Uji Reliabilitas..... 132
Lampiran 7 Hasil Uji Parsial (Uji t) 133
Lampiran 8 Hasil Uji Simultan (Uji F) 134
Lampiran 9 Hasil Uji Regresi Berganda..... 134
Lampiran 10 Hasil Uji Koefisien Determinasi 134
Lampiran 11 Hasil Uji Normalitas 135
Lampiran 12 Hasil Uji Multikolinearitas..... 135
Lampiran 13 Hasil Uji Autokorelasi 136
Lampiran 14 Hasil Uji Heteroskedastisitas 136

جامعة الرانري
AR-RANIRY

BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Menurut UU Republik Indonesia No. 10 Tahun 1998, tentang perubahan atas UU No. 7 Tahun 1992 tentang perbankan bahwa Bank Umum adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional dan berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Sedangkan pengertian prinsip syariah itu sendiri adalah aturan berdasarkan hukum Islam (Kamsil & dkk, 2002:311-313).

Bank merupakan suatu badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk lainnya. Peran bank sangat besar dalam mendorong perekonomian suatu negara dan semua sektor usaha sangat membutuhkan bank sebagai mitra dalam mengembangkan usahanya. Oleh sebab itu, bank menduduki posisi yang strategis dalam memberikan kebutuhan modal kerja dengan investor dan akan membantu perekonomian masyarakat dalam memenuhi modal kerja sehingga terwujudnya kesejahteraan dan kemakmuran di kalangan masyarakat.

Di Indonesia terdapat dua jenis bank, yaitu bank konvensional dan bank syariah. Bank konvensional adalah bank yang melaksanakan kegiatan usahanya dalam proses konvensional yang kegiatannya memberikan jasa dalam bentuk pembayaran secara umum berdasarkan prosedur dan ketentuan yang telah

ditetapkan. Sedangkan bank syariah adalah bank yang melaksanakan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip-prinsip Islam serta tata cara dan operasinya mengikuti kententuan-ketentuan Islam.

Salah satu bank yang menganut sistem perbankan syariah adalah PT. Bank Aceh Syariah di Provinsi Aceh. Perjalanan Bank Aceh Syariah menempuh waktu yang cukup lama. Pertama sekali pada tanggal 19 November 1958 Bank Aceh Syariah bernama PT. Bank Kesejahteraan Atjeh, NV (BKA). Setelah sepuluh tahun kemudian atau tepatnya pada tanggal 7 April 1973, Gubernur Kepala daerah Istimewa Aceh mengeluarkan Surat Keputusan No 54/1973 tentang Penetapan Pelaksanaan Pengalihan PT. Bank Kesejahteraan Atjeh, NV menjadi Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh (BPD IA) (Bank Aceh, Online: 2018).

Sejarah baru mulai diukir oleh Bank Aceh melalui hasil rapat RUPSLB (Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa) tanggal 25 Mei 2015 bahwa Bank Aceh melakukan perubahan kegiatan usaha dari sistem konvensional menjadi sistem syariah seluruhnya. Maka dimulai setelah tanggal keputusan tersebut proses konversi dimulai dengan tim konversi Bank Aceh dengan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Setelah melalui berbagai tahapan dan proses perizinan yang disyaratkan oleh OJK akhirnya Bank Aceh mendapatkan izin operasional konversi dari Dewan Komisioner OJK Pusat untuk perubahan kegiatan usaha dari sistem konvensional ke sistem syariah secara menyeluruh.

Izin operasional konversi tersebut ditetapkan berdasarkan Keputusan Dewan Komisioner OJK Nomor. KEP-44/D.03/2016 tanggal 1 September 2016 Perihal Pemberian Izin Perubahan Kegiatan Usaha Bank Umum Konvensional menjadi Bank Umum Syariah PT. Bank Aceh yang diserahkan langsung oleh Dewan Komisioner OJK kepada Gubernur Aceh Zaini Abdullah melalui Kepala OJK Provinsi Aceh Ahmad Wijaya Putra di Banda Aceh. Perubahan sistem operasional dilaksanakan pada tanggal 19 September 2016 secara serentak pada seluruh jaringan kantor Bank Aceh. Sejak tanggal tersebut Bank Aceh telah dapat melayani seluruh nasabah dan masyarakat dengan sistem syariah murni mengutip Ketentuan PBI Nomor 11/15/PBI/2009 (Bank Aceh, Online: 2018).

Pasca konversi pertumbuhan kinerja PT. Bank Aceh Syariah seperti Aset, Pembiayaan dan Dana Pihak Ketiga (DPK) terus mengalami perkembangan yang positif. Untuk periode sampai juni 2017 total aset Bank Aceh telah mencapai Rp 23 triliun, Dana simpanan pihak ketiga (DPK) juga meningkat menjadi Rp 19.2 triliun pada Juni 2017. Pada saat bersamaan, pertumbuhan pembiayaan yang disalurkan juga meningkat mencapai Rp 12.4 triliun pada Juni 2017. Sebelum konversi Dana Pihak Ketiga PT. Bank Aceh Syariah di bawah 19.2 trilliun dapat dilihat pada gambar di bawah ini:

Gambar 1.1

Dana Pihak Ketiga PT. Bank Aceh Syariah Prakonversi

Sumber : Bank Aceh, Online. 2018.

Dengan meningkatnya pertumbuhan kinerja PT. Bank Aceh Syariah pasca konversi seperti Aset, Pembiayaan dan Dana Pihak Ketiga (DPK). Provinsi Aceh khususnya masyarakat Kota Banda Aceh yang memiliki beragam agama yang dianut tetapi lebih dominan beragama Islam sebesar 222.582 jiwa menganut agama Islam, 717 jiwa menganut agama Protesta, 538 jiwa menganut agama Katolik, 538 menganut agama Hindu dan 2.775 jiwa menganut agama Budha (bandaacehkota.go.id, online. 2018). Kota Banda Aceh banyak dihuni oleh pendatang dari berbagai daerah di Aceh. Para pendatang tersebut merantau ke Kota Banda Aceh untuk beberapa keperluan, umumnya banyak yang berkerja dan belajar. Sehingga banyak yang menetap dan menjadi penduduk Kota Banda Aceh. Kota Banda Aceh yang terdiri dari 9 Kecamatan di antaranya Meuraxa, Jaya Baru, Banda Raya, Baiturrahman,

Lueng Bata, Kuta Alam, Kuta Raja, Syiah Kuala dan Ulee Kareng. Dengan jumlah penduduk di bawah ini :

Tabel 1.1 Penduduk Kota Banda Aceh

No	Tahun	Jumlah Penduduk
1	2012	234.517 jiwa
2	2013	239.404 jiwa
3	2014	249.499 jiwa
4	2015	250.303 jiwa
5	2016	254.904 jiwa

Sumber : Badan Pusat Statistika (BPS), 2018.

Dari Tabel 1.1 dapat dilihat bahwa masyarakat Kota Banda Aceh setiap tahunnya meningkat. Masyarakat Kota Banda Aceh memiliki semangat juang yang tinggi. Bukan hanya dalam memperjuangkan makna hidup tetapi juga dalam mempertahankan harga diri dan mempertahankan kebenaran yang diyakini masyarakatnya.

Terbukti pada PT. Bank Aceh Syariah yang sebelumnya masih melakukan sistem konvensional sekarang sudah sepenuhnya melakukan sistem berbasis syariah. Proses konversi Bank Aceh menjadi bank syariah diharapkan dapat membawa dampak positif pada seluruh aspek kehidupan ekonomi dan sosial masyarakat. Dengan menjadi Bank Syariah, Bank Aceh bisa menjadi salah satu titik pertumbuhan ekonomi dan pembangunan daerah yang lebih

optimal sehingga masyarakat Kota Banda Aceh lebih memilih untuk bertransaksi dengan PT. Bank Aceh Syariah. Akan tetapi, masyarakat kota Banda Aceh khususnya bergama Islam masih kurang berminat dan masih menganggap bahwa Bank Aceh Syariah masih sama dengan bank kovensional yang diibaratkan denganmengganti nama saja.Dengan mayoritas beragama Islam, apakah masyarakat Kota Banda Aceh masih berpikir bahwasannya PT. Bank Aceh Syariah merupakan salah satu bank milik pemerintah Aceh masih sama seperti sebelumnya yang menganut sistem konvensional.Oleh sebab itu, timbul masalah terkait pasca konversi PT.Bank Aceh Syariah.

Dari uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang: **"Pengaruh Persepsi, Minat dan Kepuasan Terhadap Keputusan Menabung Masyarakat Pasca Konversi PT. Bank Aceh Syariah (Studi Kasus : Masyarakat Muslim Kota Banda Aceh) ".**

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh persepsi terhadap keputusan menabung masyarakat pasca konversi PT. Bank Aceh Syariah ?
2. Bagaimana pengaruh minat terhadap keputusan menabung masyarakat pasca konversi PT. Bank Aceh Syariah ?
3. Bagaimana pengaruh kepuasan terhadap keputusan menabung masyarakat pasca konversi PT. Bank Aceh Syariah ?

4. Bagaimana pengaruh persepsi, minat dan kepuasan terhadap keputusan menabung masyarakat pasca konversi PT. Bank Aceh Syariah ?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh persepsi terhadap keputusan menabung masyarakat pasca konversi PT. Bank Aceh Syariah ?
2. Untuk mengetahui pengaruh minat terhadap keputusan menabung masyarakat pasca konversi PT. Bank Aceh Syariah ?
3. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan terhadap keputusan menabung masyarakat pasca konversi PT. Bank Aceh Syariah ?
4. Untuk mengetahui pengaruh persepsi, minat dan kepuasan terhadap keputusan menabung masyarakat pasca konversi PT. Bank Aceh Syariah ?

1.4 Manfaat Penelitian

Pada bagian ini peneliti berharap agar penelitian ini bisa memberikan berbagai manfaat bagi beberapa pihak yang terkait dengan penelitian ini, diantaranya:

1. Bagi PT. Bank Aceh Syariah khususnya Kota Banda Aceh dengan hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan

keputusan untuk dapat terus meningkatkan pelayanan jasa, produk, dan teknologi sesuai prinsip syariah demi kepuasan nasabah.

2. Bagi Akademisi dan mahasiswa hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi tambahan referensi tentang pengaruh persepsi, minat dan kepuasan terhadapkeputusan menabung masyarakat muslim Kota Banda Aceh pasca konversi PT. Bank Aceh Syariah.
3. Bagi peneliti lainnya hasil penelitian ini diharapkan bisa menambah wawasan mengenai pengaruh persepsi, minat dan kepuasan terhadap keputusan menabung masyarakat muslim Kota Banda Aceh pasca konversi PT. Bank Aceh Syariah.

1.5 Sistematika Pembahasan

Untuk lebih terarah dalam pembahasan skripsi ini, penulis membuat sistematika pembahasan sesuai dengan masing-masing bab. Penulis membaginya menjadi 5 (lima) bab, yang masing-masing bab terdiri dari beberapa sub bab yang merupakan penjelasan dari bab tersebut. Adapun sistematika pembahasan tersebut adalah sebagai berikut:

Bab Satu yang merupakan pendahuluan yang meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika pembahasan sesuai judul skripsi ini.

Bab Dua merupakan landasan teori dan pengembangan hipotesis yang berisi tentang pemahaman teori konversi, teori

persepsi, teori minat, teori kepuassan, teori pengambilan keputusan menabung dan selain itu juga terdapat penelitian terdahulu, kerangka berfikir serta hipotesis penelitian.

Bab Tiga merupakan metode penelitian yang menjelaskan rencana dan prosedur penelitian yang dilakukan untuk menjawab permasalahan yang telah dirumuskan. Pada bab ini akan memaparkan tentang jenis penelitian, populasi dan sampel penelitian, data dan teknik pengumpulannya, variabel-variabel penelitian, skala pengukuran, uji coba instrumen, uji asumsi klasik, metode analisis data, serta pengujian hipotesis.

Bab Empat merupakan hasil penelitian dan pembahasan yang memuat gambaran umum objek peneltian, pengujian instrumen, deskripsi data penelitian, uji validitas dan reliabilitas intsrumen, uji asumsi klasik, uji regresi berganda, pengujian hipotesis, uji koefesien determinasi dan hasil penelitian.

Bab Kelima Penutup, bab kelima ini merupakan akhir dari seluruh rangkaian pembahasan dalam skripsi ini. Bab ini berisi: kesimpulan dan saran-saran dari penulis mengenai hal-hal yang dibahas dalam skripsi ini.

BAB II

LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1 Teori Konversi

2.1.1 Pengertian Konversi

Akuisisi dan konversi merupakan mekanisme pembentukan bank syariah alternatif yang legal dan didasarkan pada prinsip kemudahan. Undang-undang No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah menyebutkan istilah akuisisi dengan mengalihkan, yaitu perbuatan hukum yang dilakukan oleh badan hukum atau orang perseorangan untuk mengambil alih saham bank yang mengakibatkan beralihnya pengendalian atas bank tersebut. Akuisisi sebagaimana dimaksud dalam konteks ini diikuti dengan perubahan (konversi) kegiatan usaha dari konvensional menjadi syariah, berdasarkan pada undang-undang No. 21 Tahun 2008 dan peraturan Bank Indonesia nomor 11/15/PBI/2009 tentang perubahan kegiatan usaha bank konvensional menjadi bank syariah. Akuisisi dan konversi sebagai sebuah *corporate action* dalam implementasinya perlu memperhatikan ketentuan peraturan perundang undangan yang berlaku.

Konversi dari bank konvensional ke bank syariah harus diasumsikan sebagai tindakan yang berasal dari dorongan keyakinan keagamaan yang berasal dari semua aktor perumus pilihan tersebut. Preferensi inilah yang membuat teori ini cukup pantas untuk menjelaskan mengapa bank-bank konvensional mengkonversi diri menjadi bank syariah (Damanuri,2016).

Dari beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa konversi adalah suatu proses perubahan dari suatu sistem ke sistem yang lain untuk lebih baik atau merubah dari satu hal awal menjadi hal yang baru.

2.1.2 Mekanisme Konversi

Penghindaran bunga (riba) merupakan salah satu tantangan yang dihadapi dunia Islam. Suatu hal yang sangat menggembirakan bahwa beberapa tahun belakang ini para ekonomi muslim telah mencurahkan perhatian besar guna menemukan cara menggantikan sistem bunga dalam transaksi perbankan dengan sistem yang lebih sesuai dengan etika Islam. Mereka telah membangun model teori ekonomi yang bebas bunga dan pengujiannya terhadap pertumbuhan ekonomi, alokasi dan distribusi pendapatan. Di samping itu, para praktisi perbankan muslim juga telah memberikan kontribusi berharga dalam membangun sistem perbankan yang bebas bunga. Hal ini bisa tercermin dari beberapa perbankan yang telah menerapkan sistem syariah yang bebas dari bunga baik di Indonesia maupun di negara lainnya. Sebagaimana Allah swt telah berfirman di dalam surah Al-Baqarah ayat 275 yang berbunyi:

لَّذِيْنَ يَأْكُلُوْنَ الرِّبَا لاَ يَقُوْمُوْنَ إِلاَّ كَمَا يَقُوْمُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُواْ إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَن جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِّن رَّبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللهِ وَمَنْ عَادَ فَأُوْلَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيْهَا خَالِدُوْنَ

Artinya:

"Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkanseperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual-beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual-beli dan mengharamkan riba". (QS. Al-Baqarah : 275)

Dari ayat di atas, menjelaskan tentang masalah riba. Allah swt telah memberitahukan bahwa "Allah swt menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba". Oleh sebab itu, hubungannya dengan konversi Bank Aceh Syariah. Sebelum konversi menjadi Bank Syariah, Bank Aceh masih menerapkan sistem konvensional yaitu bisa dikatakan sistem riba (persen). Jadi landasan inilah yang menjadi tonggak utama dikonversi Bank Aceh menjadi Bank Aceh Syariah.

Agar proses konversi perbankan berbasis bunga menjadi perbankan syariah berjalan baik, maka setiap pembangun lembaga

dalam suatu masyarakat Islam harus berpedoman pada syariah. Demikian pula praktek-praktek perbankan juga harus berpegang pada prinsip ini (Arifin, 2006: 31).

Prosedur operasi sistem perbankan syariah harus berdasarkan hukum-hukum dari al-quran dan sunnah serta sistem nilai Islam, dan harus dirancang dengan selalu memperhatikan kekurangan-kekurangan yang telah tampak dalam sistem perbankan berbasis bunga. Salah satu keluhan terhadap perbankan syariah di Indonesia adalah sedikitnya produk yang dapat mengakomodasi kebutuhan masyarakat, berbeda dengan perbankan konvensional yang terlihat aktif dalam merekayasa produknya. Hal ini disebabkan karena selama ini perbankan syariah masih menghadap beberapa kendala, seperti masyarakat yang cenderung menyamakan bank syariah.

Dalam melakukan konversi, ada dua alternatif yang dapat ditempuh. Pertama adalah mengeliminasi konsep bunga dari setiap bentuk pendapatan atas simpanan dan pinjaman, dan hanya mengizinkan bank untuk mengenakan beban biaya pelayanan *service charge* untuk menutup pengeluaran mereka. Hal ini akan mengakibatkan bank menjadi tidak *profitable* dan akan dianggap sebagai lembaga pelayanan sosial yang dijalankan oleh pemerintah yang tidak bermanfaat karena tanpa hasil, dan orang tidak akan menyimpan dananya di bank. Dengan demikian akanmengeringkan sumber dana dan akan berakibat terhambatnya pertumbuhan ekonomi.

Alternatif kedua, perbankan syariah harus dijalankan berdasarkan prinsip berbagi hasil dan berbagi risiko (*profit and loss sharing*). Islam tidak menolak usaha menghasilkan laba. Oleh karenanya tidak ada alasan bagi bank untuk tidak masuk dalam suatu kemitraan dengan pengusaha dan menyertakan dana, tanpa memungut bunga, tetapi memperoleh bagi hasil.

Proses konversi bank konvensional menjadi bank berbasis syariah telah diatur oleh undang-undang. Merujuk pada UU No. 10 Tahun 1998 tentang Perbankan, dan Undang-undang No. 23 Tahun 1999 tentang Bank Indonesia, keduanya memberikan peluang bagi beroperasinya bank dengan sistem syariah (Faqihuddin, 2016). Hal ini bisa dilakukan dengan cara mendirikan kantor-kantor bank syariah baru atau mengkonversi dari kantor pusat bank konvensional (bank syariah tunggal) maupun melakukan dua sistem kegiatan usaha perbankan (konvensional dan berdasarkan prinsip syariah).

2.1.3 Prosedur dan Syarat Konversi Bank Umum

Bank umum konvensional dapat mengubah kegiatan usahanya menjadi bank yang melakukan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah dengan izin dari Direksi Bank Indonesia. Berdasarkan ketentuan Pasal 16 ayat(2) UU No. 10 Tahun 1988 Tentang Perbankan menyatakan bahwa setiap permohonan izin usaha perbankan wajib memenuhi persyaratan yang menyangkut, susunan organisasi dan kepengurusan, permodalam, kepemilikan, keahlian dan kelayakan rencana kerja.

Menurut ketentuan Pasal 43 ayat(3) SK Direksi Bank Indonesia No. 32/34/KEP/DIR Tahun 1999 Tentang Bank Umum Pasal 2 ayat (3) Peraturan Bank Indonesia No. 4/11PBII2002 Tentang Perubahan Kegiatan Usaha Bank Umum Konvensional menjadi Bank Umum Berdasarkan Prinsip Syariah dan Pembukaan Kantor Bank Berdasarkan Prinsip Syariah Oleh Bank Umum Konvensional. Pemberian izin dilakukan dalam dua tahap yaitu :

1. Tahapan persetujuan prinsip yaitu persetujuan untuk melakukan persiapan perubahan kegiatan usaha.
2. Tahapan izin perubahan kegiatan usaha yaitu izin untuk melakukan kegiatan usaha bank berdasarkan prinsip syariah setelah persiapan selesai dilakukan.

Pasal 46 ayat (2) SK Direksi Bank Indonesia No. 32/33/KEP/DIR 1999 Tentang Bank Umum menyatakan bahwa selama belum mendapat persetujuan prinsip dilarang melakukan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah sebelum mendapat izin perubahan kegiatan usaha.

Proses konversi bank konvesional menjadi bank berbasis syariah telah diatur oleh Undang-Undang. Merujuk pada UU No 10 Tahun 1998 tentang Perbankan, dan Undang-undang No 23 tahun 1999 Tentang Bank Indonesia, keduanya memberikan peluang bagi operasional bank dengan sistem syariah. Hal ini bisa dilakukan dengan cara mendirikan kantor-kantor bank syariah baru atau mengkonversi dari kantor pusat bank konvesional bank syariah tunggal maupun melakukan dua sistem kegiatan usaha perbankan

(konvesional dan berdasarkan prinsip syariah) pengantian aktifitas usaha yang terakhir lebih sering disebut *dual baking system.*

Sedangkan syarat konversi bank umum konvensional menjadi bank umum syariah harus memenuhi persyaratan yang ditetapkan oleh Bank Indonesia yang termaktub dalam SK Direksi Bank Indonesia No. 32/33/KEP/DIR tanggal 12 Mei 1999 Tentang Bank Umum, yang dapat diuraikan sebagai berikut:

a. Akta perubahan anggaran dasar yang telah disahkan oleh Menteri Kehakiman dan Hak Asasi Manusia (HAM).

   Pasal 1 ayat (2) Keputusan Menteri Kehakiman dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia No. M-Ol.HT.Ol.OI Tahun 2001 Tentang Tata Cara Pengajuan Permohonan dan Pengesahan Akta Pendirian dan Persetujuan Akta Perubahan Anggaran Dasar Perseroan Terbatas menyatakan bahwa akta perubahan anggaran dasar yang harus memperoleh persetujuan dari Menteri Kehakiman dan HAM adalah akta perubahan yang dibuat dihadapan Notaris berdasarkan RUPS yang berisi perubahan ketentuan mengenai nama, tempat kedudukan dan alamat lengkap Perseroan Terbatas, jangka waktu, maksud dan tujuan serta kegiatan usaha, peningkatan modal perseroan dan perubahan status perseroan tertutup menjadi perseroan terbuka atau sebaliknya. Dalam melalukan konversi Akta Perubahan Anggaran

Dasar harus secara tegas mencantumkan bahwa bank melakukan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah serta penempatan dan tugas Dewan Pengawas Syariah yang telah disahkan oleh instansi yang berwenang.

b. Memperoleh izin dari Bank Indonesia

Dalam Pasal 43 ayat (1) SK Direksi Bank Indonesia No. 32/33/KEP/DIR Tahun 1999 Tentang Bank Umum menyatakan bahwa bank hanya dapat mengubah kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dengan izin dari Direksi Bank Indonesia.

c. AnaIisis Tingkat Kemampuan Bank

Dalam SK Direksi Bank Indonesia No.32/33/KEP/DIR Tahun 1999 Tentang Bank Umum menyatakan bahwa dalam rangka memperoleh izin maka Bank Indonesia melakukan analisis yang mencakup antara lain kemampuan bank termasuk tingkat kesehatan, tingkat persaingan yang sehat antar bank yang melakukan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah, tingkat kejenuhan jumlah bank yang melakukan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah dan peluang pasar.

2.1.4 Akibat Hukum Setelah Dikonversi

Setelah terjadinya konversi bank umum konvensional menjadi bank umum syariah maka menimbulkan akibat hukum berupa perubahanperubahan atau keadaan setelah menjadi bank umum syariah yang meliputi :

1. Kegiatan usaha
2. Struktur organisasi bank Ketentuan pasal 19 SK Direksi Bank Umum Indonesia No. 32/34/KEP/DIR Tahun 1999 menyatakan bahwa bank syariah memiliki struktur organisasi yang sedikit berbeda yaitu :
    a) Dewan Komisaris
    b) Direksi Bank
    c) Dewan pengawas Syariah
    d) Dewan syariah nasional
3. Pengawasan bank, sebagai akibat dari proses konversi maka pengawasan terhadap bank hasil konversi oleh Bank Indonesia dilakukan berdasarkan sistem pengawasan rangkap yaitu :
    a) Pengawasan umum
    b) Pengawasan syariah
4. Pendistribusian keuntungan.

2.2Teori Persepsi

2.2.1 Pengertian Persepsi

Persepsi berasal dari kata *perception* (Bahasa) yang artinya menerima atau mengambil. Persepsi merupakan salah satu aspek psikologis yang amat penting untuk manusia dalam merespon kehadiran berbagai gejala dan aspek di sekitarnya. Beberapa ahli telah memberikan definisi yang beragam tentang persepsi walaupun pada prinsipnya mengandung makna yang sama.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, persepsi adalah tanggapan (penerimaan) langsung dari sesuatu. Proses seseorang mengetahui beberapa hal melalui panca inderanya. Persepsi adalah proses yang menuangkan masuknya pesan atau informasi dalam otak manusia secara terus-menerus mengadakan hubungan dengan lingkungannya melalui indranya, yaitu indra penglihatan, pendengaran, peraba, perasa dan pencium (Slamento, 2003).

Salah satu alasan mengapa persepsi sangat penting dalam hal menterjermahkan keadaan sekeliling kita adalah bahwa kita masing-masing mempersepsi tetapi mempersepsi secara berbeda, apa yang dimaksud dengan sebuah situasi ideal. Persepsi merupakan sebuah proses yang hampir bersifat otomatik dan ia bekerja dengan cara yang hampir serupa pada masing-masing individu. Akan tetapi, sekalipun demikian secara tipikal menghasilkan persepsi-persepsi yang berbeda-beda.

2.2.2 Proses Persepsi

Proses persepsi adalah pemrosesan yang ada disekitar kita. Ini adalah proses dimana kita memutuskan informasi mana yang perlu dikumpulkan, bagaimana pengorganisasiannya dan bagaimana memahaminya. Persepsi merupakan proses yang terdiri dari seleksi, organisasi dan interprestasi terhadap stimulus (Nining & Eva, Jurnal Al-Mustasfa, vol. 4:1).

Persepsi kita dibentuk oleh (Mahmudah, 2011:24) :

1. Karakteristik dari stimuli
2. Hubungan stimuli dengan sekelilingnya

3. Kondisi-kondisi di dalam diri kita sendiri.

2.2.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi

Dalam memberikan tanggapan atau persepsi terhadap suatu objek, masing-masing individu tentunya akan berbeda-beda. Hal ini dikarenakan pandangan seseorang dipengaruhi oleh wawasan, pengalaman serta pengetahuannya terhadap suatu objek yang dihadapkan. Adapun faktor-faktor variabel yang mempengaruhi persepsi seseorang yaitu pertama, menurut Slamento dalam Handayani (2003:23) *Relation*yaitu hubungan antara orang yang mempersespsi dengan objek yang ada diseskitarnya sekaligus, tetapi akan memfokuskan perhatiannya terhadap satu atau dua objek yang sama. Dan hampir sama seperti menurut Siti Mahmudah (2011:24) Komponen konatif (*action component*) merupakan komponen yang berhubungan dengan kecendurungan bertindak terhadap objek sikap. Komponen ini menunjukkan intensitas sikap yaitu menunjukkan besar kecilnya kecenderungan bertindak seseorang terhadap objek sikap.

Kedua, *Set,* yaitu harapan seseorang akan rangsangan yang timbul. Sedangkan menurut Siti Mahmudah (2011:24) Komponen afektif (Komponen emosional) merupakan komponen ini berkaitan dengan rasa senang atau tidak senang terhadap objek sikap. Rasa senang merupakan hal yang positif, demikian sebaliknya rasa tidak senang merupakan hal yang negative. Komponen ini menunjukkan arah sikap positif atau negatife.

Ketiga, Kebutuhan, kebutuhan sesaat akan kebutuhan yang tetap pada diri seseorang akan mempengaruhi persepsi orang tersebut.Keempat Sistem nilai, sistem nilai yang berlaku dalam masyarakat berpengaruh pula pada persepsi seseorang. Sedangkan hampir sama dengan menurut Siti Mahmudah (2011 : 24) Komponen kognitif (komponen perseptual) merupakan komponen yang berkaitan dengan pengetahuan, pandangan, keyakinan, yaitu hal-hal yang berhubungan dengan bagaimana orang mempersepsi terhadap objek sikap. Komponen ini berhubungan dengan gejala mengenai pikrian yang berwujud pengolahan, pengalaman dan keyakinan serta harapan individu terhadap objek sikap.

2.3Teori Minat

2.3.1 Pengertian Minat

Minat berarti kecenderungan hati yang tinggiterhadap sesuatu (Tim Penyusun Kamus Pusat Bahasa, 2008:1027).Minat merupakan keinginan atau ketertarikan seseorang untuk bersedia memiliki atau menguasai sesuatu. Arti minat menurut bahasa dapat dikatakan sebagai kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu, tanpa ada yang menyuruh. Sementara menurut istilah dapat juga dijabarkan sebagai suatu dorongan dari dalam diri seseorang untuk ikut serta ataupun memiliki semua yang ada pada apa yang diminati (Slameto, 2003:180).

Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar diri. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut, semakin besar minatnya. Minat

juga diartikan sebagai suatu kondisi yang terjadi apabila seseorang melihat ciri-ciri atau arti sementara situasi yang dihubungkan dengan keinginan-keinginan atau kebutuhan-kebutuhannya sendiri.

Dari beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa minat adalah kecenderungan seseorang terhadap obyek atau sesuatu kegiatan yang digemari yang disertai dengan perasaan senang, adanya perhatian, dan keaktifan berbuat. Minat mengandung unsur kognisi (mengenal), emosi (perasaan), dan konasi (kehendak). Oleh sebab itu, minat dianggap sebagai respon yang sadar, sebab jika tidak demikian, minat tidak akan mempunyai arti apa-apa. Unsur kognisi maksudnya adalah minat itu didahului oleh pengetahuan dan informasi mengenai obyek yang dituju oleh minat tersebut, ada unsur emosi karena dalam partisipasi atau pengalaman itu disertai oleh perasaan tertentu, seperti rasa senang, sedangkan unsur konasi merupakan kelanjutan dari unsur kognisi. Dari ketiga unsur inilah yang diwujudkan dalam bentuk kemauan dan hasrat untuk melakukan suatu kegiatan, termasuk kegiatan yang ada di sekolah seperti belajar.

2.3.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi minat (Shaleh dan Wahab, 2004:264) antara lain:

1. Dorongan dari dalam individu. Misal dorongan untuk makan. Dorongan untuk makan akan membangkitkan minat untuk bekerja atau mencari penghasilan, minat terhadap produksi makanan dan lain-lain.

2. Motif sosial. Dapat menjadi faktor yang membangkitkan minat untuk melakukan suatu aktivitas tertentu.
3. Faktor emosional. Minat mempunyai hubungan yang erat dengan emosi. Dengan demikian maka dapat dikatakan bahwa minat adalah dorongan kuat bagi seseorang untuk melakukan segala sesuatu dalam mewujudkan pencapaian tujuan dan cita-cita yang menjadi keinginannya. Selain itu minat dapat timbul karena adanya faktor eksternal dan juga adanya faktor internal.

2.3.3 Proses Minat Pembelian

Ada beberapa proses yang mempengaruhi pengambilan keputusan masyarakat untuk membeli sebuah produk barang atau jasa. Proses ini diawali dengan pengenalan kebutuhan oleh konsumen, diikuti dengan pencarian informasi, evaluasi alternatif dan keputusan membeli dan evaluasi setelah membeli (Suryani, 2012: 17).

1. Mengenali kebutuhan. Pada tahap ini konsumen merasakan bahwa ada hal yang dirasakan kurang dan menuntut untuk dipenuhi. Konsumen menyadari bahwa terdapat perbedaan antara apa yang dialaminya dengan yang diharapkan.
2. Mencari informasi. Untuk memenuhi kebutuhan, konsumen harus melakukan yang terbaik. Agar dapat memenuhi kebutuhan dengan cara yang baik, maka konsumen berusaha untuk mencari informasi.

3. Mengevaluasi alternatif. Informasi yang telah diperoleh dari berbagai sumber menjadi bahan pertimbangan konsumen untuk mengambil keputusan. Konsumen akan mempertimbangkan manfaat termasuk kepercayaan mereka dan biaya ataurisiko yang akan diperoleh jika membeli suatu produk.
4. Mengambil keputusan. Setelah melalui evaluasi dengan pertimbangan yang matang, konsumen akan mengambil keputusan.
5. Evaluasi paska pembelian. Setelah membeli, konsumen akan mengevaluasi atas keputusan dan tindakannya dalam membeli. Jika konsumen menilai kinerja produk atau layanan yang dirasakan sama atau melebihi apa yang diharapkan, maka konsumen akan puas dan sebaliknya jika kinerja produk atau jasa yang diterima kurang dari yang diharapkan, maka konsumen akan tidak puas. Kepuasan dan ketidakpuasan konsumen akan berpengaruh terhadap perilaku selanjutnya.

Sehingga untuk mengukur variabel tentang minat masyarakat meliputi beberapa hal yaitu pertama dari segi pelayanan, menurut Tjiptono (2006, h. 42) menyatakan bahwa kemampuan memberikan layanan yang memuaskan merupakan ciri kehandalan penyedia jasa. Kedua dari segi fasilitas, menurut Tjiptono (2006, h. 42) menyatakan bahwa fasilitas fisik merupakan komponen yang penting untuk membangun sebuah pelayanan yang

berkualitas dimata nasabah. Ketiga dari segi produk, menurut Kotler, Philip dan Gary Amstrong (2008: 156) Minat beli tersebut dapatterjadi setelah adanya proses evaluasi alternatif di mana seseorang akan membuat suatu rangkaian pilihan mengenai produk yang hendak dibeli atas dasar pengetahuan yang dimilki. Keempat dari segi teknologi, menurut Abdul Kadir danTriwahyuni (2005: 122) teknologi informasi adalah suatu teknologi yang digunakan untuk mengolah data, termasuk memproses, mendapatkan, menyusun, menyimpan, memanipulasi data dalam berbagai cara untuk menghasilkan informasi yang berkualitas, yaitu informasi yang relevan, akurat dan tepat waktu, yang digunakan untuk keperluan pribadi, bisnis, dan pemerintahan dan merupakan informasi yang strategis untuk pengambilan keputusan.

2.4 Teori Kepuasan

2.4.1 Pengertian Kepuasan

Seiring dengan semakin ketatnya persaingan bisnis, maka semakin banyak pihak yang menaruh perhatian terhadap kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan. Pihak-pihak yang berhubungan langsung dengan kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah pemasar, konsumen, dan peneliti konsumen. Ini berarti pihak perusahaan harus menempatkan orientasi perhatiannya pada kepuasan pelanggan yang diyakini merupakan kunci utama untuk dapat memenangkan persaingan dengan memberikan nilai dan kepuasan kepada pelanggan melalui produk dan jasa yang berkualitas.

Menurut Kotler (2000) menyatakan bahwa kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan - harapannya. Jika kinerja berada dibawah harapan, pelanggan tidak puas. Hal ini dapat membawa dampak negatif bagi perusahaan yaitu dapat menurunkan jumlah pelanggan dan menyebabkan pelanggan tidak tertarik lagi menggunakan jasa perusahaan sehingga akan menurunkan laba perusahaan. Sedangkan menurut Philip Kotler (2005:70) dalam bukunya manajemen pemasaran dan dikutip (dalam Tony Wijaya 2011), kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan anatara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil yang diharapkan). Kepuasan konsumen adalah perasaan konsumen baik perasaan senang atau kecewa konsumen terhadap produk atau jasa, setelah dia membandingkan antara persepsi yang diyakininya terhadap kinerja atau hasil akhir produk dan harapan-harapan konsumen.

Dengan demikian, kepuasan pelanggan tidak berarti memberikan kepada pelanggan apa yang kita perkirakan disukai oleh pelanggan. Namun kita harus memberikan apa yang sebenarnya mereka inginkan, kapan diperlukan dan dengan cara apa mereka memperolahnya, oleh karena itu perlu diketahui tahapan-tahapan yang membentuk kepuasan pelanggan, seperti menemukan kebutuhan pokok, yang merupakan *"the basic needs of costumers",* mencari tahu apa yang sebenarnya menjadi harapan

pelanggan, sehingga mereka bersedia dating kembali untuk membeli produk dan jasa yang ditawarkan, dan harus selalu memperhatikan apa yang menjadi harapan pelanggan dan melakukan hal-hal yang melebihi harapan pelanggan.

2.4.2 Manfaat Kepuasan

Beberapa manfaat program kepuasan konsumen menurut (Tjiptono, 2004: 92 93) pertama, reaksi terhadap produsen berbiaya rendah merupakan fokus pada kepuasan pelanggan merupakan upaya mempertahankan pelanggan dalam rangka menghadapi para produsen yang berbiaya rendah. Banyak perusahan yang mendapati bahwa cukup banyak pelanggan yang sebenarnya bersedia membayar harga yang lebih mahal untuk pelayanan dan kualitas yang lebih baik. Kedua, manfaat ekonomik retensi pelanggan versus perpetual propecting merupakan mempertahankan dan memuaskan pelanggan saat ini jauh lebih murah dibandingkan terus-menerus berupaya menarik atau memprospek pelanggan baru, Wells 1993 menunjukkan bahwa biaya mempertahankan lebih murah empat sampai enam kali lipat dibandingkan biaya mencari pelanggan baru.

Ketiga, nilai kumulatif dari relasi berkelanjutan merupakan upaya mempertahankan loyalitas pelanggan pada barang dan jasa perusahaan selama periode waktu yang lama dapat menghasilkan anuitas yang jauh lebih besar dari pada pembelian individual. Keempat, daya persuatif *Word of mouth* Dalam banyak industri merupakan pendapat atau opini positif dari teman-teman dan

keluarga jauh lebuh persuasif dari pada iklan. Oleh karena itu, banyak perusahaan yang tidak hanya meneliti kepuasan total, namun juga menelaah sejauh mana pelanggan bersedia merekomendasikan produk perusahaan kepada orang lain. *Word of mouth* negatif dapat merusak reputasi dan citra perusahaan. Pelanggan yang tidak puas dapat mempengaruhi sikap dan penilaian negatif rekan dan keluarganya terhadap barang dan jasa perusahaan.

Kelima, redukdisenditifitas harga merupakan pelanggan yang puas dan loyal terhadap sebuah perusahaan cenderung lebih jarang menawarkan harga untuk setiap pembelian individual. Kepuasan pelanggan merupakan reputasi atas layanan dan kualitas. Keenam, kepuasan pelanggan sebagai indikator kesuksesan bisnis di depan merupakan pada hakikatnya kepuasan pelanggan merupakan strategi jangka panjang, karena dibutuhkan waktu cukup lama sebelum dapat membangun dan memndapatkan reputasi atas layanan prima, dan dituntut investasi besar pada serangkaian aktivitas yang ditunjukan untuk membahagiakan pelanggan saat saat ini dan masa depan. Oleh karena itu, kepuasan pelanggan merupakan indikator kesuksesan bisnis di masa depan yang mengukur kecenderungan-kecenderungan reaksi pasar terhadap perusahaan di masa yang akan datang.

2.4.3 Metode Pengukuran Kepuasan

Menurut Kotler (2006:154), dikutip dalam Wijaya (2011: 154) ada empat metode yang bisa digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu:

1. Sistem keluhan dan saran Perusahaan yang memberikan kesempatan yang luas bagi pelanggannya untuk menyampaikan saran, pendapat atau bahkan keluhan konsumen(nasabah). Perusahaan yang berorientasi pada konsumen (*costumer oriented*).
2. Survei kepuasan pelanggan metode ini perusahaan perlu melakukan survei kepuasan pelanggan terhadap kualitas jasa atau produk perusahaan tersebut. Survei ini dapat dilakukan dengan penyebaran kuesioner oleh karyawan perusahaan kepada para pelanggan. Melalui survei tersebut, perusahaan dapat mengetahui kekurangan dan kelebihan produk atau jasa perusahaan tersebut, sehingga perusahaan dapat melakukan perbaikan pada hal yang dianggap kurang oleh pelanggan. Melalui survei, perusahan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik (*feedback*) secara langsung dari pelanggan dan memberikan (*signal)* positif bahwa perusahaan menaruh perhatiannya terhadap para pelanggannya.
3. *Ghost Shopping* (pembeli bayangan) metode ini dilaksanakan dengan mempekerjakan beberapa orang perusahaan (*ghost shopper*) untuk bersikap sebagai

pelanggan di perusahaan pesaing, dengan tujuan para *ghost shopper* tersebut dapat mengetahui kualitas pelayanan perusahaan pesaing sehingga dapat dijadikan sebagai koreksi terhadap kualitas pelayanan perusahaan itu sendiri.

4. *Lost Customers Analysis* (Analisa pelanggan yang hilang) metode ini dilakukan perusahaan dengan cara menghubungi kembali pelanggannya yang telah lama tidak berkunjung atau melakukan pembelian lagi di perusahaan tersebut karena telah berpindah ke perusahaan pesaing. Selain itu, perusahaan dapat menanyakan sebab-sebab berpindahnya pelanggan ke perusahaan pesaing.

Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya adalah hubungan antara perusahaan dan pelanggan jadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan, reputasi perusahaan menjadi baik dimata pelanggan, dan laba yang diperoleh menjadi meningkat.

2.5Teori Pengambilan Keputusan Menabung

2.5.1 Pengertian Pengambilan Keputusan

Menurut Kotler (2002) keputusan adalah suatu proses penyelesaian masalah yangterdiri dari pengenalan masalah, mencari informasi, penilaian terhadap beberapa alternatif, membuat keputusan dan mengevaluasi keputusan setelah membuat suatu keputusan.Sesuai dengan perilaku konsumen, jadi pemilihan

keputusan seorang konsumen bisa diartikan proses konsumen menilai beberapa pilihan alternatif setelah itu memilih satu yang dianggap paling baik dari beberapa altenatif.

Menurut Fahmi (2013: 2) keputusan dapat diartikan sebagai proses penelusuran masalah yang berawal dari latar belakang masalah hingga terbentuknya kesimpulan atau rekomendasi. Rekomendasi itulah yang selanjutnya dipakai dan digunakan sebagai pedoman basis dalam pengambilan keputusan. Sedangkan pengambilan keputusan adalah hal sesuatu yang diputuskan konsumen untuk memutuskan pilihan atas tindakan pembelian barang atau jasa atas suatu keputusan setelah melalui beberapa proses yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, dan melakukan alternatif yang menyebabkan timbulnya keputusan.

Pada industri perbankan tidak mengenakan pembelian akan tetapi keputusan nasabah sebab dalam bank menjual jasa. Dalam keputusan menggunakan jasa, biasanya perilaku erat dikaitkan dengan perilaku dalam pembelian (Herlyani, 2013: 10).

Adapun menurut Alma (2013: 96) keputusan pembelian adalah suatu keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh ekonomi keuangan, teknologi, politik, produk, harga, lokasi, promosi, *physical evidence*, *pople* dan *process*. Sehingga membentuk suatu sikap pada konsumen untuk mengolah segala informasi dan mengambil kesimpulan berupa respon yang muncul produk apa yang akan dibeli.

Dari beberapa penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa pengambilan keputusan bertransaksi adalah sesuatu yang diputuskan oleh konsumen untuk memilih dalam melakukan pembelian atau menggunakan suatu barang atau jasa. Hal ini dilihat berdasarkan kebutuhan dan keinginan konsumen itu sendiri yaitu setelah mengalami serangkaian proses yang dimulai dari pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, dan melakukan pilihan yang menyebabkan timbulnya keputusan.

2.5.2 Tahap-Tahap Proses Pengambilan Keputusan

Menurut Engel&dkk (1994) proses pengambilan keputusan meliputi enam tahap sebagai berikut:

a. Pengenalan Kebutuhan

Proses pengambilan keputusan dimulai dengan pengenalan kebutuhan yang didefinisikan sebagai perbedaan atau ketidaksesuaian antara keadaan yang diinginkan dengan keadaan yang sebenarnya, yang akan membangkitkan dan mengaktifkan proses keputusan. Proses membeli diawali dengan kebutuhan. Kebutuhan timbul karena adanya perbedaan antara keadaan yang sesungguhnya dengan keadaan yang diinginkan. Pengenalan kebutuhan pada hakikatnya tergantung pada banyaknya ketidaksesuaian antara keadaan aktual dengan keadaan yang diinginkan. Jika ketidaksesuaian melebihi tingkat atau ambang tertentu kebutuhan pun akan dikenali. Misalnya seseorang yang lapar (keadaan aktual) dia ingin menghilangkan perasaan itu (keadaan yang diinginkan) akan mengenali

kebutuhan jika ketidaksesuaian diantaranya cukup besar. Hasil pengenalan kebutuhan akan mendorong organisme berperilaku lebih jauh untuk pemecahan masalah jika kebutuhan yang dikenali cukup penting dan pemecahan kebutuhan tersebut dalam batas kemampuannya.

b. Pencarian Informasi

Setelah kebutuhan dikenali, selanjutnya adalah pencarian internal ke memori untuk menentukan solusi yang memungkinkan. Jika pemecahannya tidak diperoleh melalui pencarian internal, maka proses pencarian difokuskan pada stimulasi eksternal yang relevan dalam menyelesaikan masalah (pencarian eksternal). Pencarian informasi ditentukan oleh situasi, produk, pengecer dan karakteristik konsumen (pengetahuan, keterlibatan, kepercayaan dan sikap, serta karakteristik demografi).

c. Evaluasi Alternatif

Setelah konsumen mengumpulkan informasi tentang jawaban alternatif terhadap suatu kebutuhan yang dikenali, maka konsumen mengevaluasi pilihan serta menyempitkan pilihan pada alternatif yang diinginkan.

d. Pembelian

Konsumen melalukan pembelian yang nyata berdasarkan alternatif yang telah dipilih. Pembelian meliputi keputusan konsumen mengenai apa yang dibeli, keputusan membeli atau

tidak, waktu pembelian, dimana dan bagaimana cara pembayarannya.

e. Konsumsi

Pada tahap ini, konsumen menggunakan alternatif dalam pembelian. Biasanya tindakan pembelian diikuti oleh tindakan mengkonsumsi atau menggunakan produk.

f. Evaluasi Setelah Pembelian

Proses pengambilan keputusan tidak berhenti pada pengkonsumsian, melainkan berlanjut ke evaluasi produk yang dikonsumsi, yang mengarah pada respon puas atau tidak puas. Setelah melakukan pembelian, konsumen mengevaluasi apakah alternatif yang dipilih memenuhi kebutuhan dan harapan segera sesudah digunakan.

Menurut Kotler dan Keller (2009: 235-238), proses pengambilan keputusan tersebut merupakan sebuah pendekatan masalah yang terdiri dari lima tahap yang perlu diperhatikan yaitu sebagai berikut: Pertama, Pengenalan Masalah merupakan proses pembelian dimulai ketika pembeli mengenali masalah atau kebutuhan. Kebutuhan tersebut dapat dicetuskan oleh rangsangan internal atau eksternal. Para pemasar perlu mengidentifikasi keadaan yang memicu kebeutuhan tertentu dengan mengumpulkan informasi dari sejumlah konsumen. Kedua, Pencarian Informasi merupakan konsumen yang terangsang kebutuhannya akan terdorong untuk mencari informasi yang lebih banyak. Kita dapat membaginya ke dalam dua level rangsangan. Situasi pencarian

informasi yang lebih ringan dinamakan penguatan perhatian. Pada level ini, orang hanya sekedar lebih peka terhadap informasi produk. Pada level selanjutnya orang itu mungkin mulai aktif mencari informasi: mencari bahan bacaan, menelpon teman dan mengunjungi toko untuk mempelajari produk tertentu. Ketiga, Evaluasi Alternatif meruapakan beberapa konsep dasar akan membantu kita memahami proses evaluasi konsumen.

(1) konsumen berusaha memenuhi kebutuhan.

(2) konsumen mencari manfaat tertentu dari solusi produk.

(3) konsumen memandang masing-masing produk sebagai sekumpulan atribut dengan kemampuanyang berbeda-beda dalam memberikan manfaat yang digunakan dengan kemampuan yang berbeda-beda.

Keempat, Keputusan Pembelian ialah dalam tahap evaluasi, para konsumen membentuk prefensi atas merk-merk yang ada di dalam kumpulan pilihan. Konsumen juga dapat membentuk niat untuk membeli merk yang paling disukai. Dalam beberapa kasus, konsumen bisa mengambil untuk tidak secara formal mengevaluasi setiapp merk. Dalam kasus lain, faktor-faktor yang mengintervensi dapat mempengaruhi keputusan final. Kelima, Perilaku Pasca Pembelian merupakan setelah pembelian, konsumen mungkin mengalami ketidaksesuaian karena memperhatikan fitur-fitur tertentu yang menganggu atau mendengar hal-hal yang menyenangkan tentang merk lain dan akan selalu siaga terhadap informasi yang mendukung kepuasaannya. Tugas pemasar tidak

berakhir saat produk dibeli, melainkan berlanjut hingga periode pasca pembelian. Pemasar harus memantau kepuasan pasca pembelian, tindakan pasca pembelian, dan pemakaian produk pasca pembelian.

Dari beberapa penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa sebelum memutuskan melakukan pembelian, konsumen akan melalui beberapa proses atau tahapan dalam pengambilan keputusan yaitu pengenalan kebutuhan atau masalah, pencarian infromasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, perilaku pasca pembelian. Pengambilan keputusan tidak hanya berhenti setelah konsumen melakukan pembelian terhadap produk tersebut tetapi juga dilihat perilaku pasca pembelian apakah konsumen akanberakhir dengan puas atau kurang puas terhadap pemakaian produk pasca pembelian tersebut.

2.6 Penelitian Terdahulu

Terdapat beberapa penelitian terdahulu mengenai konversi PT. Bank Aceh Syariah. Sehingga penelitian terkait tersebut dapat dijadikan referensi dalam penelitian ini. Berikut beberapa penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya.

Tabel 2.1 Ringkasan Kajian Kepustakaan

No	Peneliti dan Judul	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1	Asra Indriansyah Purba (2017) "Pengaruh perubahan Bank Umum	Menggunakan metode kuantitaif	Hasil penelitian menunjukan bahwa faktor

Tabel 2.1 – Lanjutan

	Syariah terhadap minat menabung di Bank Aceh Syariah pada masyarakat Kabupaten Aceh Tenggara.”		Agama, faktor Ekonomi dan faktor Informasi berpengaruh terhadap minat menabung masyarakat di Bank Aceh Syariah yang memiliki Koefisien Korelasi (R) 0.617 yang artinya ada pengaruh yang erat antara variable independent(Agama,Ekonomi dan Informasi) dengan variabel dependen (minat menabung) sebesar 61.7%. Koefisien determinasi (R2) menunjukan angka 0.383, dapat diartikan 38,3 % minat menabung masyarakat Aceh Tenggara di Perbankan Syariah dalam hal ini Bank Aceh Syariah dipengaruhi faktor Agama, Ekonomi Dan Informasi.
2.	Ratna Mutia (2017)“Analisis	Menggunakan metode	Hasil penelitian menunjukkan bahwa

Tabel 2.1 – Lanjutan

	Tingkat Kepercayaan Nasabah Terhadap Bank Syariah Di Kota Banda Aceh".	kuantitaif	keyakinan masyarakat kota Banda Aceh terhadap Bank Syariah dengan hasil perhitungan sebesar 81,2 % sangat setuju dan percaya dikarenakan bank syariah dapat digunakan sebagai tempat menyimpan dana mereka sesuai dengan prinsip syariah.
3.	Nurul Saraswati (2016) "Pengaruh Pengetahuan Masyarakat Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Muamalat Kcp Magelang(Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Magelang)"	Menggunakan metode kuantitaif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pengetahuan masyarakat memiliki pengaruh yang positif dan signifikan dan signifikan terhadap minat menjadi nasabah. Hal ini dibuktikan bahwa variabel pengetahuan konsumen dengan nilai t hitung untuk variabel pengetahuan diperoleh sebesar 12,100 sedangkan signifikansinya

Tabel 2.1 – Lanjutan

			0,000 (lebih kecil dari taraf signifikan 0,05). Dan dari hasil uji koefisien determinasi *model summary* diperoleh nilai R Square (R_2) adalah 0.599 atau 59,9%, jadi sebesar 59,9% pengambilan keputusan menjadi nasabah di Bank Muamalat KCP Magelang dipengaruhi oleh variabel pengetahuan masyarakat.
4.	Dwi Ana Ratna Utami (2017) "Pengaruh Persepsi Masyarakat Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah	Menggunakan metode kuantitaif	Hasil penelitian menunjukkan variabel persepsi masyarakat tentang perbankan syariah memiliki pengaruh yang positif dan signifikan sebesar 0,175 atau 17,5% terhadap variable minat menabung di Bank Syariah.

جامعة الرانري AR-RANIRY

Tabel 2.1 – Lanjutan

	(Studi Kasus Pada Masyarakat Muslim Kauman Wijirejo Pandak Bantul)"		

Berdasarkan beberapa penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, terdapat beberapa perbedaan dan persamaan. Kesamaan dengan penelitian yang dilakukan dengan beberapa penelitian terdahulu adalah pada metode penelitian yaitu menggunakan metode kuantitatif. Akan tetapi hal yang spesifik perbedaan pada penelitian ini dan penelitian sebelumnya adalah sebagai berikut:

Asra Indriansyah Purba (2017), adapun perbedaannya terkait pengaruh perubahan Bank Umum Syariah terhadap minat menabung di Bank Aceh Syariah pada masyarakat Kabupaten Aceh Tenggara sedangkan pada penelitian ini menganalisispengaruh respon dan minat terhadap persepsi masyarakat muslim Kota Banda Aceh setelah konversi PT. Bank Aceh Syariah. Letak perbedaannya juga terdapat pada metode penelitian. Asra Indriansyah Purba menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan variabel independen (agama, ekonomi dan informasi) dan

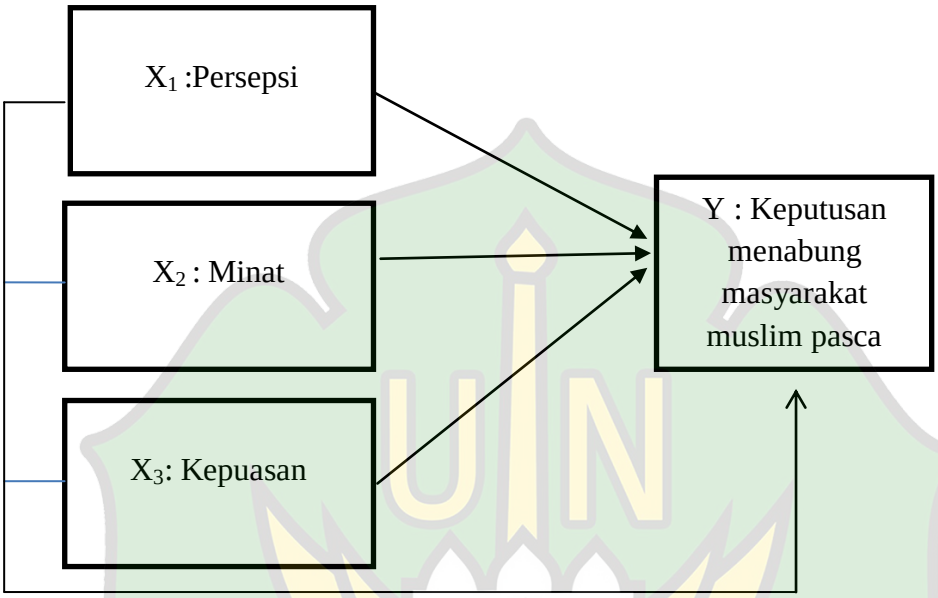
variabel dependen (minat menabung) serta jumlah sampel 100 orang sedangkan pada penelitian ini menggunakan metode kuantitaif juga dengan variabel independen (persepsi dan minat) dan variabel dependen (keputusan menabung).

Ratna Mutia (2017), adapun perbedaanya terkait analisis tingkat kepercayaan nasabah terhadap bank Syariah sedangkan pada penelitian ini menganalisis pengaruh persepsi dan minat terhadap keputusan menabung pasca konversi PT. Bank Aceh Syariah. Nurul Saraswati (2016), adapun perbedaanya terkait Pengaruh Pengetahuan Masyarakat Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Muamalat Kcp Magelang (Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Magelang) dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pengetahuanmasyarakat memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat menjadi nasabah. Hal ini dibuktikan bahwa variabelpengetahuan konsumen dengan nilai t hitung untuk variabel pengetahuan diperoleh sebes ar 12,100 sedangkan signifikansinya 0,000 (lebih kecil dari taraf signifikan 0,05). Dan dari hasil uji koefisien determinasi *model summary* diperoleh nilai R Square (R_2) adalah 0.599 atau 59,9%, jadi sebesar 59,9% pengambilan keputusan menjadi nasabah di Bank Muamalat KCP Magelang dipengaruhi oleh variabel. Sedangkan pada penelitian ini menganalisis tentang pengaruh persepsi dan minat terhadap keputusan menabung pasca konversi PT. Bank Aceh Syariah.

Dwi Ana Ratna Utami (2017), adapun perbedaanya terkait tentang Pengaruh Persepsi Masyarakat Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Masyarakat Muslim Kauman Wijirejo Pandak Bantul) dengan hasil penelitian menunjukkan variabel persepsi masyarakat tentang perbankan syariah memiliki pengaruh yang positif dan signifikan sebesar 0,175 atau 17,5% terhadap variabel minat menabung di Bank Syariah. Adapun perbedaan dengan penelitian ini yaitu penelitian ini focus kepada pengaruh persepsi dan minat terhadap keputusan menabung pasca konversi PT. Bank Aceh Syariah dengan menggunakan metode kuantitaif juga dengan variabel independen (persepsi dan minat) dan variabel dependen (keputusan menabung).

2.7 Kerangka Berfikir

Penelitian ini akan dilakukan di Kota Banda Aceh. Alur pemikiran dalam penelitian akan melihat bagaimana persepsi dan minat masyarakat muslim Kota Banda Aceh terhadap keputusan menabung pasca konversi PT. Bank Aceh Syariah serta melihat apakah ke dua dimensi tersebut memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan masyarakat Kota Banda Aceh. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 2.1 di bawah ini:



Gambar 2.1

Kerangka Pemikiran

Berdasarkan Gambar 2.1 di atas, penelitian ini akan meneliti tingkat persepsi dan minat terhadap keputusan menabung masyarakat muslim Kota Banda Aceh pasca konversi PT. Bank Aceh Syariah. Selanjutnya penelitian ini akan melihat pengaruh masing-masing dari ke kedua dimensi tersebut terhadap keputusan menabungdengan melakukan Uji-t (Uji Parsial), kemudian melihat pengaruh dari keseluruhan variabel tersebut terhadap keputusan menabungdengan melakukan Uji-F (uji simultan) dengan menggunakan bantuan *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS)versi 23.

2.8 Hipotesis Penelitan

Hipotesis merupakan kemungkinan jawaban sementara dari persoalan yang dihadapi dalam penelitian ini yang kebenarannya masih lemah atau bersifat dugaan (Santosa, 2010). Berdasarkan deskripsi teoritis dan penelitian yang relevan serta kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

Ha_1: Diduga persepsi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung masyarakat muslim Kota Banda Aceh terhadap PT. Bank Aceh Syariah.

Ho_1: Diduga persepsi berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan menabung masyarakat muslim Kota Banda Aceh terhadap PT. Bank Aceh Syariah.

Ha_2: Diduga minat berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung masyarakat muslim Kota Banda Aceh terhadap PT. Bank Aceh Syariah.

Ho_2: Diduga minat berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan menabung masyarakat muslim Kota Banda Aceh terhadap PT. Bank Aceh Syariah.

Ha_3: Diduga kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung masyarakat muslim Kota Banda Aceh terhadap PT. Bank Aceh Syariah.

Ho_3: Diduga kepuasan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan menabung masyarakat muslim Kota Banda Aceh terhadap PT. Bank Aceh Syariah.

Ha_4: Diduga persepsi, minat kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung bertransaksi masyarakat muslim Kota Banda Aceh terhadap PT. Bank Aceh Syariah.

Ho_4: Diduga persepsi, minat dan kepuasan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan menabung masyarakat muslim Kota Banda Aceh terhadap PT. Bank Aceh Syariah.

BAB III
METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif menggunakan penelitian kausal asosiatif dengan metode survei sehinga data yang digunakan termasuk data primer. Penelitian pendekatan kuantitatif merupakan penelitian yang mengunakan anilis data yang berbentuk numerik/angka (Suryani dan Hendryadi, 2015: 109). Bedasarkan tingkat penjelasan kedudukan variabel, penelitian ini juga bersifat kausal asosiatif. Penelitian kausal asosiatif merupakan penelitian yang mencari hubungan atau pengaruh sebab akibat yaitu hubungan atau pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) (Sugiyono, 2013: 55). Penelitian dengan metode survei merupakan penelitian yang menggunakan kuesioner sebagai instrument penelitian. Dalam pelaksanaan survei, kondisi penelitian tidak dimanipulasi oleh peneliti (Prasetyo dan Jannah. 2008: 49).

3.2 Populasi dan Sampel Penelitian

3.2.1 Populasi Penelitian

Menurut Arikunto (2002) populasi adalah keseluruhan subjek penelitian sehubungan dengan wilayah penelitian atau sumber data yang dijadikan sumber penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat muslim Kota Banda Aceh. Jumlah

populasimasyarakat muslim Kota Banda Aceh adalah sebesar 222.582 orang.

3.2.2 Sampel Penelitian

Sampel merupakan bagian dari populasi dengan karakteristik yang hendak diteliti yang dianggap telah mewakili populasi secara keseluruhan. Dalam menentukan besaran sampel penelitian dari populasi tersebut dengan memakai Rumus Slovin (Umar, 2004), sehingga jumlah sampelnya sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1+Ne^2} \tag{3.1}$$

Keterangan:

n = Besarnya sampel

N = Populasi (222.582 orang masyarakat)

e = Tingkat *error* (dalam penelitian ini 10%)

$$n = \frac{222.582}{1 + 222.582\ (0{,}1)^2}$$

$$= 99{,}921\ atau\ 100\ orang$$

3.2.3 Teknik Pengambilan Sampel

Menurut Sekaran (2003)teknik pengambilan sampel merupakan proses yang dilakukan dalam memilih sejumlah sampel dari populasi yang dituju dalam penelitian. Sampel yang dipilih dengan proses tersebut dianggap telah dapat mewakili populasi penelitian secara keseluruhan.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode *non probability sampling* yaitu pengambilan sampel yang diambil dari sebuah populasi yang tidak membuka kemungkinan peluang semua individu di dalam populasi untuk menjadi sampel (Sugiama, 2008). Jenis dari teknik yang digunakan adalah *convenience sampling*. Menurut Nawawi (2001) *convenience sampling* adalah teknik yang dalam pengambilan sampelnya tidak ditetapkan lebih dahulu namun langsung mengumpulkan data dari unit *sampling* yang ditemuinya, setelah jumlahnya mencukupi pengumpulan datanya dihentikan. *Convenience sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang dilakukan berdasarkan faktor spontanitas. Teknik ini mengambil beberapa sampel dengan secara tidak sengaja yang bertemu dengan peneliti di tempat objek penelitian.

3.3 Data dan Teknik Pengumpulan Data

3.3.1 Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh langsung dari para responden. Data primer merupakan data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung di lapangan oleh peneliti dalam melakukan penelitiannya. Dalam penelitian ini data primer diperoleh langsung dari jawaban para responden terhadap berbagai pertanyaan yang telah diajukan pada kuesioner yang disebar kepada para responden.

3.3.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah penelitian lapangan (*field research*) yang akan dilakukan dengan langsung terjun lapangan terhadap objek penelitian dalam hal untuk memperoleh dan mengumpulkan data. Dalam mengumpulkan data yang berkaitan dengan objek kajian penelitian ini dilakukan dengan menggunakan instrumen berupa angket/kuesioner. Angket/kuesioner merupakan instrument untuk mengumpulkan data dengan menyerahkan daftar pertanyaan yang akan diisi oleh responden (masyarakat muslim Kota Banda Aceh) Jawaban yang diberikan oleh responden bersifat tertutup karena tidak adanya alternatif dalam memberikan jawaban oleh para responden dan hanya terbatas pada jawaban yang telah disediakan oleh peneliti.

3.4 Variabel Penelitian

3.4.1 Variabel Bebas (Independen)

Variabel bebas (variabel independen) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen atau terikat (Sugiyono, 2014: 59). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah Persepsi (X_1), Minat (X_2) dan Kepuasan (X_3).

3.4.2 Variabel Terikat (Dependen)

Variabel terikat (variabel dependen) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2014: 59). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah Keputusan Bertransaksi (Y).

Tabel 3.2

Operasional Variabel Penelitian

Variabel	**Konsep Variabel**	**Indikator**	**Skala**	**Pengkuran**
Independen				
Persepsi	Proses yang menuangkan masuknya pesan atau informasi dalam otak manusia secara terus-menerus mengadakan hubungan dengan lingkungannya	a. Komponen perseptual b. Komponen emosional c. Komponen konatif (Siti mahmudah, 2011 : 24)	Interval	Likert (1-5)

Tabel 3.2 - Lanjutan

	melalui indranya, yaitu indra penglihatan,pendengaran, peraba, perasa dan pencium (Slamento, 2003).			
Minat	Suatu dorongan dari dalam diri seseorang untuk ikut serta ataupun memiliki semua yang ada pada apa yang diminati (Slameto,2003:180).	a. Pelayanan b. Fasilitas (Tjiptono, 2006 : 42) c. Produk (Kotler Philip dan Gary Amstrong, 2008) d. Teknologi (Abdul dan Triwahyuni, 2005 : 122) , 2005 : 122)	Interval	Likert (1-5)
Kepuasan	Kotler (2000) menyatakan bahwa kepuasan	a. Sistem keluhan dan saran b. Survei kepuasan	Interval	Likert (1-5)

Tabel 3.2 - Lanjutan

	Adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dariperbandingan kesannya terhadap kinerja atau hasil suatuproduk dan harapan-harapannya.	pelanggan (Tony Wijaya, 2011: 154)		
Dependen				
Keputusan menabung	Suatu keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh ekonomi	a. Pengenalan Masalah b. Pencarian Informasi c. Evaluasi Alternatif d. Keputusan Pembelian e. Perilaku Pasca Pembelian (Kotler dan Keller, 2009)	Interval	Likert (1-5)

3.5 Skala Pengukuran

Dalam melakukan penelitian, peneliti menggunakan skala likert yang berguna untuk mengukur sikap, pendapat, pengaruh, serta pengaruh dan persepsi tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2009). Dengan Skala likert, maka variabel yang diukur dijabarkan menjadi indicator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item yang dapats berupa pertanyaan-pertanyaan. Pertanyaan diberikan berjenjang mulai tingkat terendah sampai tertinggi, karena pilihan jawaban berjenjang maka setiap jawaban bisa diberi skor. Kategori pertanyaan yang dirancang dalam kuesioner diberi nilai 1-5 skala likert seperti yang terlihat pada tabel berikut (Oktavia, 2015: 52):

Tabel 3.3

Skala Likert

Skor Jawaban	**Makna Jawaban**
1	Sangat tidak setuju
2	Tidak setuju
3	Kurang Setuju
4	Setuju
5	Sangat setuju

Sumber: (Oktavia, 2015: 52)

3.6 Uji Coba Instrumen

Uji coba dalam suatu penelitian dilakukan guna untuk mengetahui kesahihan *(validitas)* dan juga keandalan *(reliabilitas)*. Angket/kuesioner yang sebelumnya telah dibentuk kemudian dilakukan uji validitas guna untuk mendapatkan instrumen yang benar-benar valid. Selain itu juga dilakukan uji reliabilitas guna untuk memastikan bahwa instrument yang dibentuk dapat diandalkan untuk melanjutkan penelitian yang akan dilakukan.

Sebelum peneliti melakukan penyebaran kuesioner kepada para responden yang dituju, peneliti melakukan uji coba (*pilot testing*) terlebih dahulu terhadap instrumen peneltian yang akan digunakan. *Pilot testing* adalah uji coba instrument penelitian kepada bagian dari populasi yang bukan sampel untuk mengetahui instrumen tersebut dapat dipahami atau tidak oleh responden yang akan dituju (Gulo, 2007).

Pilot testing ini akan dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada 30 responden. Jumlah ini dipilih melihat bahwa pada umumnya kebanyakan penelitian yang telah dilakukan menggunakan *pilot testing* ini dengan jumlah responden paling sedikit 30 orang mengingat bahwa belum ada teori yang menetapkan jumlah responden untuk *pilot testing*. *Pilot testing* ini dimaksudkan untuk melihat sejauh mana para responden dapat mengerti dan memahami komponen-komponen kuesioner yang akan peneliti sebarkan demi keberlangsungan penelitian.

3.6.1 Uji Validitas

Menurut Singarimbun (1995) validitas merupakan instrumen yang digunakan untuk mengukur sejauh mana alat ukur dapat mengukur apa yang ingin diukur. Validitas ini pada dasarnya digunakan untuk melihat kesamaan antara yang terkumpul dengan data yang sebenarnya terjadi dalam objek penelitian, sehingga data yang diperoleh benar-benar valid. Menurut Ghozali (2012) uji validitas dapat dihitung dengan melakukan perbandingan antara nilai r hitung dengan nilai r tabel. Apabila r hitung lebih besar dari r tabel dan memiliki nilai positif, maka pertanyaan yang diuji dikatakan valid. Kriteria penilaian uji validitas yang digunakan tersebut yaitu:

a. Jika r hitung lebih besar dari r tabel, maka komponen kuesioner dinyatakan valid.
b. Jika r hitung lebih kecil dari r tabel, maka komponen kuesioner dinyatakan tidak valid.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan instrument yang digunakan dalam penelitian guna untuk mengetahui sejauh mana hasil dari suatu pengukuran dapat relative konsisten meskipun pengukuran tersebut dilakukan berulang kali (Singarimbun, 1995). Uji reliabilitas ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana kuesioner yang digunakan dapat memperlihatkan kestabilan dari hasil penelitian berikutnya dengan kondisi yang tetap. Dalam mengukur reliabilitas dapat dilakukan dengan menggunakan uji statistik

Cronbach Alpha (∝)(Ghozali, 2012). Kriteria penilaian uji reliabilitas yang digunakan tersebut yaitu:

a. Jika hasil koefisien alpha lebih besar dari 0,60 maka kuesioner tersebut dinyatakan reliabel.
b. Jika hasil koefisien alpha lebih kecil dari 0,60 maka kuesioner tersebut dinyatakan tidak reliable.

3.7 Uji Asumsi Klasik

3.7.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan dengan tujuan untuk menguji apakah variabel residual atau pengganggu dalam model regresi berdistribusi secara normal. Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan Uji Kolmogrov-Smirnov dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut (Ghozali, 2012):

a. Jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka data dikatakan berdistribusi secara normal.
b. Jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka data dikatakan tidak berdistribusi secara normal.

3.7.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan dengan tujuan untuk menguji apakah terdapat korelasi antar variabel bebas (independen) dalam suatu model regresi. Suatu model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel independennya. Uji multikolinearitas dapat dilakukan dengan melihat besaran dari

Variance Inflation Factor (VIF) dan *Tolerance Value* dengan kriteria sebagai berikut (Ghozali, 2012):

a. Jika VIF > 10 atau *Tolerance value* < 0,10 maka terjadi multikolinearitas.
b. Jika VIF < 10 atau *Tolerance value*> 0,10 maka tidak terjadi multikolinearitas.

3.7.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan tujuan untuk menguji apakah terdapat ketidaksamaan *variance* dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lainnya dalam suatu model regresi (Ghozali, 2011). Uji heteroskedastisitas dilakukan menggunakan Uji *Glejser* dengan cara meregresikan antara variabel independen dan nilai absolut residualnya dengan kriteria sebagai berikut:

a. Jika nilai signifikansi antara variabel independen dengan absolut residualnya lebih besar dari 0,05, maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.
b. Jika nilai signifikansi antara variabel independen dengan absolut residualnya lebih kecil dari 0,05, maka terjadi masalah heteroskedastisitas.

3.7.4 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi dilakukan dengan tujuan untuk menguji apakah ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode t_1 (sebelumnya) dalam suatu model regresi linier. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas

dari autokorelasi. Pengujian autokorelasi dapat dilakukan dengan menggunakan *Run Test* (Janie, 2012).

Run Test merupakan bagian dari statistik non parametrik yang dapat digunakan dalam menguji apakah terdapat korelasi yang tinggi antar residual. Jika antar residual tersebut tidak terdapat hubungan korelasi, maka residual adalah acak atau *random*. *Run test* ini dilakukan untuk melihat apakah data residual terjadi secara *random*atau tidak (sistematis). *Run test* dapat diuji dengan membandingkan nilai probabilitas dengan ketentuan sebagai berikut:

a. Jika nilai probabilitas lebih besar dari 0,05, maka residual bersifat random atau tidak terjadi autokorelasi antar nilai residual.
b. Jika nilai probabilitas lebih kecil dari 0,05, maka residual bersifat sistematis (tidak random) atau terjadi autokorelasi antar nilai residual.

3.8 Metode Analisis Data

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan melakukan analisis secara kuantitatif yang dinyatakan dengan angka-angka yang dalam perhitungannya menggunakan metode statistik dibantu dengan program pengolah data statistik yaitu IBM SPSS versi 23.

3.8.1 Statistik Deskriptif

Secara umum Analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan besar kecilnya pengaruh tingkat variabel-variabel

dependen dan *independen* dalam penelitian. Pada dasarnya yang dimaksud dengan analisis deskriptif adalah untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermasud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2013). Analisis deskriptif yang dilakukan dalam penelitian ini adalah menganalisis dan mendeskripsikan hasil data dari jawaban kuesioner yang telah disebarkan kepada para responden dalam penelitian ini.

3.8.2 Analisis Regresi Berganda

Untuk melihat pengaruh dari variabel independen (respon dan minat) terhadap variabel dependen (persepsi masyarakat), maka dilakukan pengujian hipotesis dengan menggunakan analisis regresi linear berganda (*multiple regression analysis*). Adapun persamaan yang digunakan dalam analisa regresi linear berganda (Djarwanto, 2001), yaitu:

$$Y=\alpha+\beta_1 X_1+\beta_2 X_2+\beta_3 X_3+e \quad \text{.....(3.4)}$$

Keterangan:

Y = Variabel Keputusan Menabung

α = Konstanta

β = Koefisien Regresi

X_1 = Variabel Persepsi

X_2 = Variabel Minat

X_3 = Variabel Kepuasan

e = Variabel Error

3.8.2.1 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghozali (2011) Uji Koefisien Determinasi (R^2) pada dasarnya digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah mulai dari nol sampai dengan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen cukup terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependennya.

3.9 Pengujian Hipotesis

Menurut Singgih (2010), hipotesis merupakan kemungkinan jawaban sementara dari persoalan yang dihadapi dalam penelitian ini, yang kebenarannya masih lemah sehingga harus diuji secara empiris. Uji hipotesis dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen (persepsi dan minat) terhadap variabel dependen (keputusan bertransaksi) baik secara parsial maupun simultan.

Hipotesis dilihat dari kategori rumusannya dapat dibedakan menjadi dua bagian yaitu:

a. Hipotesis awal (H_0) yaitu hipotesis yang menyatakan tidak ada pengaruh atau negatif antara satu variabel dengan variabel lainnya.

b. Hipotesis alternatif (H_a) yaitu hispotesis yang menyatakan adanya pengaruh atau positif antara satu variabel dengan variabel lain.

3.9.1 Uji-t (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk menguji kebermaknaan koefisien regresi secara parsial antara pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) (Gujarati, 2003). Uji t dapat dilakukan dengan membandingkan nilai t hitung terhadap nilai t tabel dengan kriteria sebagai berikut:

a. Jika t hitung > t tabel, maka H_o ditolak dan H_a diterima.
b. Jika t hitung < t tabel, maka H_o diterima dan H_a ditolak.

3.9.2 Uji-F (Uji Simultan)

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh seluruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Uji F dapat dilakukan dengan membandingkan nilai F hitung terhadap nilai F tabel dengan kriteria sebagai berikut:

a. Jika F hitung > F tabel, maka H_0 ditolak dan Ha diterima.
b. Jika F hitung < F tabel, maka H_0 diterima dan Ha ditolak.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

4.1.1 Sejarah Berdirinya PT. Bank Aceh Syariah

Gagasan untuk mendirikan Bank milik Pemerintah Daerah di Aceh tercetus atas prakarsa Dewan Pemerintah Daerah Peralihan Provinsi Atjeh (sekarang disebut Pemerintah Provinsi Nanggroe Aceh Darussalam). Setelah mendapat persetujuan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah peralihan Provinsi Aceh di Kutaraja (sekarang Banda Aceh) dengan Surat Keputusan Nomor 7/DPRD/5 tanggal 7 September 1957, beberapa orang mewakili Pemerintah Daerah menghadap Mula Pangihutan Tamboenan, wakil Notaris di Kutaraja, untuk mendirikan suatu Bank dalam bentuk Perseroan Terbatas yang bernama "PT Bank Kesejahteraan Atjeh, NV" dengan modal dasar ditetapkan Rp25.000.000.

Setelah beberapa kali perubahan Akte, barulah pada tanggal 2 Februari 1960 diperoleh izin dari Menteri Keuangan dengan Surat Keputusan No. 12096/BUM/II dan Pengesahan Bentuk Hukum dari Menteri Kehakiman dengan Surat Keputusan No. J.A.5/22/9 tanggal 18 Maret 1960, Pada saat itu PT Bank Kesejahteraan Aceh NV dipimpin oleh Teuku Djafar sebagai Direktur dan Komisaris terdiri atas Teuku Soelaiman Polem, Abdullah Bin Mohammad Hoesin, dan Moehammad Sanusi. Dengan ditetapkannya Undang-undang No. 13 Tahun 1962 tentang

Ketentuan-ketentuan Pokok Bank Pembangunan Daerah, semua Bank milik Pemerintah Daerah yang sudah berdiri sebelumnya, harus menyesuaikan diri dengan Undang-undang tersebut.

Untuk memenuhi ketentuan ini maka pada tahun 1963 Pemerintah Daerah Provinsi Daerah Istimewa Aceh membuat Peraturan Daerah No. 12 Tahun 1963 sebagai landasan hukum berdirinya Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh. Dalam Perda tersebut ditegaskan bahwa maksud pendirian Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh adalah untuk menyediakan pembiayaan bagi pelaksanaan usaha-usaha pembangunan daerah dalam rangka pembangunan nasional semesta berencana.

Sepuluh tahun kemudian, atau tepatnya pada tanggal tanggal 7 April 1973, Gubernur Kepala Daerah Istimewa Aceh mengeluarkan Surat Keputusan No. 54/1973 tentang Penetapan Pelaksanaan Pengalihan PT Ban Kesejahteraan Aceh, NV menjadi Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh. Peralihan status, baik bentuk hukum, hak dan kewajiban dan lainnya secara resmi terlaksana pada tanggal 6 Agustus 1973, yang dianggap sebagai hari lahirnya Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh.

Untuk memberikan ruang gerak yang lebih luas kepada Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh, Pemerintah Daerah telah beberapa kali mengadakan perubahan Peraturan Daerah (Perda), yaitu mulai Perda No.10 tahun 1974, Perda No. 6 tahun 1978, Perda No. 5 tahun 1982, Perda No. 8 tahun 1988, Perda No. 3 tahun 1993 dan terakhir Peraturan Daerah Provinsi Daerah

Istimewa Aceh Nomor: 2 Tahun 1999 tanggal 2 Maret 1999 tentang Perubahan Bentuk Badan Hukum Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh menjadi PT Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh, yang telah disahkan oleh Menteri Dalam Negeri dengan Keputusan Menteri Dalam Negeri Nomor : 584.21.343 tanggal 31 Desember 1999.

Perubahan bentuk badan hukum dari Perusahaan Daerah menjadi Perseroan Terbatas dilatarbelakangi keikutsertaan Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh dalam program rekapitalisasi, berupa peningkatan permodalan bank yang ditetapkan melalui Keputusan Bersama Menteri Keuangan Republik Indonesia dan Gubernur Bank Indonesia Nomor 53/KMK.017/1999 dan Nomor 31/12/KEP/GBI tanggal 8 Februari 1999 tentang Pelaksanaan Program Rekapitalisasi Bank Umum, yang ditindaklanjuti dengan penandatanganan Perjanjian Rekapitalisasi antara Pemerintah Republik Indonesia, Bank Indonesia, dan PT Bank BPD Aceh di Jakarta pada tanggal 7 Mei 1999. Perubahan bentuk badan hukum menjadi Perseroan Terbatas ditetapkan dengan Akte Notaris Husni Usman, SH No. 55 tanggal 21 April 1999, bernama PT Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh disingkat PT Bank BPD Aceh. Perubahan tersebut telah disahkan oleh Menteri Kehakiman RI dengan Surat Keputusan Nomor C-8260 HT.01.01.TH.99 tanggal 6 Mei 1999. Dalam Akte Pendirian Perseroan ditetapkan modal dasar PT Bank BPD Aceh sebesar Rp 150 milyar. Sesuai dengan Akte Notaris Husni Usman,

SH No.42 tanggal 30 Agustus 2003, modal dasar ditempatkan PT Bank BPD Aceh ditambah menjadi Rp 500 milyar.

Berdasarkan Akta Notaris Husni Usman tentang Pernyataan Keputusan Rapat No. 10 Tanggal 15 Desember 2008, notaris di Medan tentang peningkatan modal dasar Perseroan, modal dasar kembali ditingkatkan menjadi Rp1.500.000.000.000 dan perubahan nama Perseroan menjadi PT. Bank Aceh. Perubahan tersebut telah disahkan oleh Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia No. AHU-44411.AH.01.02 Tahun 2009 pada tanggal 9 September 2009. Perubahan nama menjadi PT. Bank Aceh telah disahkan oleh Keputusan Gubernur Bank Indonesia No.12/61/KEP.GBI/2010 tanggal 29 September 2010. Bank juga memulai aktivitas perbankan syariah dengan diterimanya surat Bank Indonesia No.6/4/Dpb/BNA tanggal 19 Oktober 2004 mengenai Izin Pembukaan Kantor Cabang Syariah Bank dalam aktivitas komersial Bank. Bank mulai melakukan kegiatan operasional berdasarkan prinsip syariah tersebut pada 5 November 2004.

Sejarah baru mulai diukir oleh Bank Aceh melalui hasil rapat RUPSLB (Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa) tanggal 25 Mei 2015 bahwa Bank Aceh melakukan perubahan kegiatan usaha dari sistem konvensional menjadi sistem syariah seluruhnya. Maka dimulai setelah tanggal keputusan tersebut proses konversi dimulai dengan tim konversi Bank Aceh dengan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan. Setelah melalui berbagai

tahapan dan proses perizinan yang disyaratkan oleh OJK akhirnya Bank Aceh mendapatkan izin operasional konversi dari Dewan Komisioner OJK Pusat untuk perubahan kegiatan usaha dari sistem konvensional ke sistem syariah secara menyeluruh.

Izin operasional konversi tersebut ditetapkan berdasarkan Keputusan Dewan Komisioner OJK Nomor. KEP-44/D.03/2016 tanggal 1 September 2016 Perihal Pemberian Izin Perubahan Kegiatan Usaha Bank Umum Konvensional Menjadi Bank Umum Syariah PT Bank Aceh yang diserahkan langsung oleh Dewan Komisioner OJK kepada Gubernur Aceh Zaini Abdullah melalui Kepala OJK Provinsi Aceh Ahmad Wijaya Putra di Banda Aceh.Perubahan sistem operasional dilaksanakan pada tanggal 19 September 2016 secara serentak pada seluruh jaringan kantor Bank Aceh. Dan sejak tanggal tersebut Bank Aceh telah dapat melayani seluruh nasabah dan masyarakat dengan sistem syariah murni mengutip Ketentuan PBI Nomor 11/15/PBI/2009.

Proses konversi Bank Aceh menjadi Bank Syariah diharapkan dapat membawa dampak positif pada seluruh aspek kehidupan ekonomi dan sosial masyarakat. Dengan menjadi Bank Syariah, Bank Aceh bisa menjadi salah satu titik episentrum pertumbuhan ekonomi dan pembangunan daerah yang lebih optimal.

Kantor Pusat Bank Aceh berlokasi di Jalan Mr. Mohd. Hasan No 89 Batoh Banda Aceh. Sampai dengan akhir tahun 2017, Bank Aceh telah memiliki 161 jaringan kantor terdiri dari 1 Kantor Pusat, 1 Kantor Pusat Operasional, 25 Kantor Cabang, 86 Kantor Cabang Pembantu, 20 Kantor Kas tersebar dalam wilayah Provinsi Aceh termasuk di kota Medan (dua Kantor Cabang, dua Kantor Cabang Pembantu, dan satu Kantor Kas), dan 17 Payment Point. Bank juga melakukan penataan kembali lokasi kantor sesuai dengan kebutuhan.

4.1.2 Visi, Misi dan Motto PT. Bank Aceh Syariah

4.1.2.1 Visi

Menjadi "Bank Syariah Terdepan dan Terpercaya dalam Pelayanan di Indonesia".

4.1.2.2 Misi

1. Menjadi penggerak perekonomian Aceh dan pendukung agenda pembangunan daerah
2. Memberi layanan terbaik dan lengkap berbasis TI untuk semua segmen nasabah, terutama sektor usaha kecil, menengah, sektor pemerintah maupun korporasi
3. Menjadi bank yang memotivasi karyawan, nasabah dan *stakeholders* untuk menerapkan prinsip syariah dalam muamalah secara komprehensif (*syumul*)
4. Memberi nilai tambah yang tinggi bagi pemegang saham dan masyarakat Aceh umumnya.

5. Menjadi perusahaan pilihan utama bagi profesional perbankan syariah di Aceh.

4.1.2.3 Motto

"Kepercayaan dan Kemitraan".

"Kepercayaan" adalah suatu manifestasi dan wujud Bank sebagai pemegang amanah dari Nasabah, Pemilik dan Masyarakat secara luas untuk menjaga kerahasiaan dan mengamankan kepercayaan tersebut.

"Kemitraan" adalah suatu jalinan kerjasama usaha yang erat dan setara antara Bank dan Nasabah yang merupakan strategi bisnis bersama dengan prinsip saling membutuhkan, saling memperbesar dan saling menguntungkan diikuti dengan pembinaan dan pengembangan secara berkelanjutan.

Dalam rangka mencapai visi, misi dan motto tersebut, usaha PT. Bank Aceh diarahkan pada pengelolaan bank yang sehat dan pada jalur yang benar, perbaikan perekonomian rakyat dan pembangunan daerah dengan melakukan usaha-usaha bank umum yang mengutamakan optimalisasi penyediaan kredit, pembiayaan serta pelayanan perbankan bagi kelancaran dan kemajuan pembangunan di daerah.

Dalam rangka mengembang visi dan misi bank tersebut, setiap karyawan dan manajemen harus dapat menganut, meyakini, mengamalkan dan melaksanakan budaya perusahaan *(corporate*

values) berlandaskan kepada Budaya Aceh yang kental dengan nilai-nilai dan budaya Islam, sehingga nilai perusahaan yang sekarang diadopsi adalah ISLAMI:

1. Integritas yaitu menjalankan tugas dengan penuh tanggung jawab, jujur, berkomitmen dan konsisten;
2. Silaturrahim yaitu membangun hubungan yang baik dan kemitraan dengan nasabah serta *stakeholder*;
3. Loyalitas yaitu memberikan produk dan layanan yang terbaik bagi nasabah;
4. Amanah yaitu membangun sikap untuk menepati dan memenuhi janji kepada nasabah;
5. Madani yaitu menciptakan dan mengembangkan kemajuan bank secara terus menerus;
6. Ikhlas yaitu menciptakan dan membentuk sikap yang tulus dalam bekerja dan pengabdian.

4.2 Produk dan Layanan

Selaras dengan teknologi informasi yang diterapkan dan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat sesuai dengan perkembangan terkini, PT. Bank Aceh Syariah telah berupaya meningkatkan kualitas dan jenis produk/layanan sehingga diharapkan dapat menciptakan tingkat kepuasan dan loyalitas yang tinggi seluruh nasabahnya. Jadi produk dan jasa PT. Bank Aceh Syariah sebagai berikut:

4.2.1 Penghimpunan Dana

Dalam PT. Bank Aceh Syariah terdapat beberapa produk untuk menghimpun dana dari pihak ketiga di antaranya Giro, Deposito Mudharabah. Simpanan Pembangunan Daerah (SIMPEDA iB), Tabungan Aneka Guna (TAG iB), Tabungan Haji Akbar iB, Tabungan Seulanga iB, Tabungan Firdaus iB, Tabungan Sahara iB, dan TabunganKu iB.

4.2.2 Penyaluran Dana

Dalam PT. Bank Aceh Syariah terdapat beberapa produk untuk menghimpun dana dari pihak ketiga di antaranya Pembiayaan Murabahah, Pembiayaan Musyarakah, Pembiayaan Mudharabah, Pembiayaan Istishna, Pembiayaan Salam, Pembiayaan Qardhul Hasan, Pembiayaan Rahn, Pembiayaan Wakalah, dan Pembiayaan Ijarah.

4.2.3 Produk Layanan

MEPS (*Malaysian Exchange Payment System*), Transfer, Kliring, RTGS, Inkaso, Penerimaan BPIH/SISKOHAT, Penerimaan Pajak, Jaminan Pelaksana, Jaminan Penawaran, Jaminan Uang Mukad, Referensi Bank, Layanan ATM, Layanan ATM Bersama, Pembayaran Telepon, Pembayaran Listrik, Pembayaran Tagihan Ponsel, Pengisian Pulsa Ponsel, Pembayaran Pensiun, Pengelolaan Dana kebajikan, Pengiriman uang ke Luar Negeri.

4.3 Pengujian Instrumen

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini berupa angket/kuesioner yang akan disebar kepada para responden yang dituju. Kuesioner yang digunakan terdiri dari 11 pertanyaan/pernyataan dari dua variabel persepsi dan minat dan 5 pertanyaan/pernyataan pada variabel keputusan menabung dengan kriteria penilaian menggunakan skala *likert* yang terdiri dari 1 sampai dengan 5.

4.3.1 Pilot Test

Sebelum kuesioner penelitan disebar kepada para responden, penelitian ini terlebih dahulu melakukan *pilot testing* untuk menentukan bahwa kuesioner yang akan digunakan dapat dipahami. *Pilot testing* dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada masyarakat Kota Banda Aceh sebanyak 30 orang yang merupakan bagian dari populasi yang bukan sampel.

Tabel 4.1 Hasil *Pilot Test*

Variabel (1)	**r table** (2)	**Pearson Corelation** (3)	**Keterangan** (4)
Persepsi			
P1	0,3061	0,792	**Valid**
P2	0,3061	0,458	**Valid**
P3	0,3061	0,678	**Valid**
P4	0,3061	0,720	**Valid**

P5	0,3061	0,611	**Valid**
Minat			
M1	0,3061	0,464	**Valid**
M2	0,3061	0,692	**Valid**
M3	0,3061	0,730	**Valid**
M4	0,3061	0,674	**Valid**
M5	0,3061	0,685	**Valid**
Kepuasan			
K1	0,3061	0,715	**Valid**
K2	0,3061	0,704	**Valid**
K3	0,3061	0,678	**Valid**
Keputusan Menabung			
KM1	0,3061	0,692	**Valid**
KM2	0,3061	0,555	**Valid**
KM3	0,3061	0,603	**Valid**

Sumber: Data Primer diolah, 2018

Berdasarkan hasil *pilot test* pada Tabel 4.1 menunjukkan bahwa setiap komponen pertanyaan yang digunakan dalam kuesioner dinyatakan *valid*. Sehingga setiap pertanyaan dalam kuesioner ini dapat digunakan untuk lebih lanjut agar disebar kepada 100 responden yang menjadi sampel yang dituju dalam penelitian ini.

4.4 Deskripsi Data Penelitian

4.4.1 Karakteristik Responden

Karakteristik responden dalam penelitian ini dilakukan untuk 100 responden yang merupakan masyarakat muslim kota Banda Aceh. Karakteristik responden dibagikan mengikuti jenis kelamin, umur, pendidikan terakhir, pekerjaan dan rata-rata pendapatan per bulan.

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan jenis kelamin, maka responden dalam penelitian ini dapat dideskripsikan sebagai berikut:

Tabel 4.2

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
Laki-laki	42	42,0%
Perempuan	58	58,0%
Jumlah	**100**	**100%**

Sumber: Data primer diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.1 menunjukkan bahwa sebagian besar responden yang mengisi kuesioner didominasi oleh responden laki-laki sebanyak 42 orang atau 42,0%, sedangkan responden perempuan sebanyak 58 orang atau 58,0%.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Berdasarkan umur, responden dalam penelitian ini dapat dideskripsikan sebagai berikut:

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Umur	Frekuensi	Persentase (%)
18-28 tahun	25	25%
28-40 tahun	32	32%
41-55 tahun	33	33%
>55 tahun	10	10%
Jumlah	**100**	**100%**

Sumber: Data primer diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.2 di atas menunjukkan bahwa dari semua peringkat umur, sebagian besar responden dalam penelitian ini berumur antara 41-55 tahun sebanyak 33 orang atau 33%, sedangkan responden yang berumur antara 18-28 tahun sebanyak 25 orang atau 25%. Responden yang berumur 28-40 tahun sebanyak 32 orang atau 32% dan responden yang berumur >55 tahun sebanyak 10 orang atau 10%.

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Berdasarkan pendidikan terakhir, responden dalam penelitian ini dapat dideskripsikan sebagai berikut:

Tabel 4.4

Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Persentase (100%)
<SMA	9	9%
SMA/SMK/MA	29	29%
D3/S1	48	48%
S2/S3	14	14%
Jumlah	**100**	**100%**

Sumber: Data primer diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.4 di atas menunjukkan bahwa dari tingkat pendidikan terakhir, sebaran responden didominasi oleh mereka yang berpendidikan D3/S1 sebanyak 48 orang atau 48%, 9 orang responden atau 9% memiliki tingkat pendidikan <SMA, 29 orang responden atau 29% memiliki tingkat pendidikan SMA/SMK/MA, 14 orang responden atau 14% memiliki tingkat responden S2/S3.

4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Berdasarkan pekerjaan, responden dalam penelitian ini dapat dideskripsikan sebagai berikut:

Tabel 4.5

Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Frekuensi	Persentase (%)
Pelajar/Mahasiswa	4	4%
Pegawai Negeri	46	46%
Petani/Pedagang/Pengusaha	22	22%
Pegawai Swasta	4	4%
Ibu Rumah Tangga	11	11%
Tidak Bekerja/Pensiunan	6	6%
Lain-lain	7	7%
Jumlah	**100**	**100%**

Sumber: Data primer diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.5 di atas menunjukkan bahwa sebaran responden mengikuti pekerjaan didominasi oleh kelompok pegawai negeri sebanyak 46 orang atau 46%, 4 orang atau 4% sebagai pelajar/mahasiswa, 22 orang atau 22% sebagai petani/pedagang/pengusaha, 4 orang atau 4% sebagai pegawai

swasta, 11 orang atau 11% sebagai ibu rumah tangga dan 6 orang atau 6% memiliki tidak bekerja/pensiunan, 7 orang atau 7% memiliki pekerjaan lain-lainnya.

5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan

Berdasarkan pendapatan per bulan, responden dalam penelitian ini dapat dideskripsikan sebagai berikut:

Tabel 4.6

Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan

Pendapatan per Bulan	Frekuensi	Persentase (%)
< Rp500.000	7	7%
Rp500.000 – Rp1.500.000	8	8%
Rp1.500.000 – Rp3000.000	32	32%
Rp3.000.000 – Rp5.000.000	26	26%
>Rp5.000.000	27	27%
Jumlah	**100**	**100%**

Sumber: Data primer diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.6 di atas menunjukkan bahwa rata-rata pendapatan per bulan responden adalah didominasi oleh responden yang mempunyai pendapatan <Rp500.00per bulan yaitu sebanyak 7 orang responden atau 7%, 8 orang responden atau 8% memiliki tingkat pendapatan Rp500.000-Rp1.500.000, 32 orang responden atau 32% memiliki tingkat pendapatn Rp1.500.000 – Rp 3000.000, 26 orang responden atau 26% memiliki tingkat pendapatan Rp 3.000.000 – Rp5.000.000 dan 27 orang responden atau 27% memiliki tingkat pendapatan >Rp5.000.000.

4.5 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

4.5.1 Uji Validitas Instrumen

Pada dasarnya uji validitas digunakan untuk melihat kesamaan antara yang terkumpul dengan data yang sebenarnya terjadi dalam objek penelitian, sehingga data yang diperoleh benar-benar valid. Uji validitas dapat dihitung dengan melakukan perbandingan antara nilai r hitung dengan nilai r tabel (Ghozali, 2012). Kriteria penilaian uji validitas yang digunakan tersebut yaitu:

a. Jika r hitung lebih besar dari r tabel, maka komponen kuesioner dinyatakan valid.
b. Jika r hitung lebih kecil dari r tabel, maka komponen kuesioner dinyatakan tidak valid.

Tabel 4.7
Hasil Uji Validitas

Variabel (1)	r table (2)	Pearson Corelation (3)	Keterangan (4)
Persepsi			
P1	0,1654	0,602	**Valid**
P2	0,1654	0,593	**Valid**
P3	0,1654	0,618	**Valid**
P4	0,1654	0,658	**Valid**
P5	0,1654	0,655	**Valid**

Minat			
M1	0,1654	0,434	**Valid**
M2	0,1654	0,679	**Valid**
M3	0,1654	0,714	**Valid**
M4	0,1654	0,639	**Valid**
M5	0,1654	0,648	**Valid**
Kepuasan			
K1	0,1654	0,753	**Valid**
K2	0,1654	0,561	**Valid**
K3	0,1654	0,710	**Valid**
Keputusan Menabung			
KM1	0,1654	0,681	**Valid**
KM2	0,1654	0,515	**Valid**
KM3	0,1654	0,710	**Valid**

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan bantuan SPSS versi 23. Berdasarkan Tabel 4.7 diatas dapat diketahui bahwa setiap pertanyaan/pernyataan dalam instrumen yang digunakan dinyatakan *valid*. Hal ini dapat diketahui dengan membandingkan setiap nilai r hitung (*pearson corelation*) pada kolom 3 dengan r tabel pada kolom 2, dan hasilnya menunjukkan bahwa nilai r hitung (*pearson corelation*) setiap komponen pertanyaan/pernyataan lebih besar dari pada r tabelnya (0,1654).

4.5.2 Uji Reliabilitas Instrumen

Uji reliabilitas ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana kuesioner yang digunakan dapat memperlihatkan kestabilan dari hasil penelitian berikutnya dengan kondisi yang tetap.Dalam mengukur reliabilitas dapat dilakukan dengan menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha* (∝)(Ghozali, 2012).Kriteria penilaian uji reliabilitas yang digunakan tersebut yaitu:

a. Jika hasil koefisien alpha lebih besar dari 0,60 maka kuesioner tersebut dinyatakan reliabel.
b. Jika hasil koefisien alpha lebih kecil dari 0,60 maka kuesioner tersebut dinyatakan tidak reliabel.

Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Jumlah Item	Cronbach's Alpha	Keterangan
Persepsi	5	0,606	**Reliabel**
Minat	5	0,722	**Reliabel**
Kepuasan	3	0,773	**Reliabel**
Keputusan Menabung	3	0,717	**Reliabel**

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

Uji reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan bantuan SPSS versi 23. Berdasarkan Tabel 4.8 di atas dapat diketahui bahwa setiap pertanyaan/pernyataan dalam instrumen yang digunakan dinyatakan *reliabel*. Hal ini dapat diketahui dengan membandingkan setiap nilai *Cronbach's Alpha*, dan hasilnya menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* setiap komponen pertanyaan/pernyataan lebih besar dari pada 0,6.

4.6 Uji Asumsi Klasik

4.6.1 Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2012: 160) uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel dependen dan variabel indepeden mempunyai kontribusi atau tidak. Model regresi yang baik adalah data distribusi normal atau mendekati normal.

Dalam penelitian ini pengujian normalitas dilakukan dengan analisa *One-Sample Kolmogorov Smirnov Test*. Kriteria pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

a. Jika Sign. > 0,05 maka H_0 diterima (data berdistribusi normal).
b. Jika Sign. < 0,05 maka H_0 ditolak (data tidak berdistribusi normal).

Tabel 4.9

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters[a,b]	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,45020730
Most Extreme Differences	Absolute	,044
	Positive	,044
	Negative	-,038
Test Statistic		,044
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200[c,d]

جامعة الرانري
AR-RANIRY

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.
d. This is a lower bound of the true significance.

Hasil Uji Normalitas

Sumber: Data primer diolah, 2018

Berdasarkan Tabel 4.8 di atas menunjukkan bahwa nilai signifikansi pada Uji *Kolmogrov-Smirnov* adalah 0,2 dan lebih besar dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang diuji berdistribusi normal.

4.6.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel-variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas (Ghozali, 2013). Salah satu metode untuk menguji ada atau tidak adanya gejala multikolinearitas dilakukan dengan melihat nilai *Tolerance* dan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*):

a. Mempunyai nilai *Tolerance*< 0,10 dan VIF > 0,10, maka ada gejala multikolinearitas.
b. Mempunyai nilai *Tolerance*> 0,10 dan VIF < 0,10, maka tidak ada gejala multikolinearitas.

Tabel 4.10

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3,857	1,248		3,091	,003		
	Persepsi	,014	,055	,020	,244	,807	,997	1,003
	Minat	,157	,050	,288	3,144	,002	,814	1,228
	Kepuasan	,355	,081	,401	4,369	,000	,814	1,229

a. Dependent Variable: Keputusan Menabung

Hasil Uji Multikolinearitas

Sumber: Data primer diolah, 2018

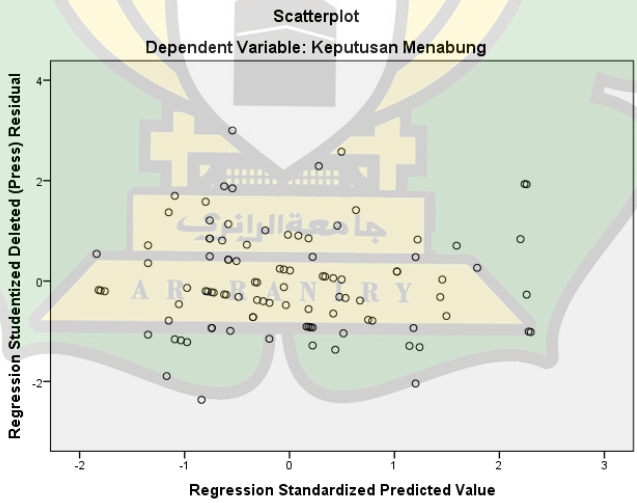
Berdasarkan tabel 4.9 di atas dari hasil uji VIF dapat diketahui bahwa masing-masing variabel independen memiliki VIF < 10 dan nilai *Tolerance*> 0,1. Maka dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian yang dilakukan ini tidak terdapat hubungan multikolinearitas antar variabel independen dengan variabel dependen.

4.6.3 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2012: 139) uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan

yang lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas.

Salah satu untuk menguji ada atau tidaknya heterkedastisitas adalah dengan melihat grafik *scatterplot* antara nilai prediksi variabel dependen dengan nilai residualnya. Jika ada pola tertentu seperti titik yang ada membentuk pola-pola teratur seperti gelombang besar melebar kemudian menyempit, maka telah terjadi heteroskedastisitas. Sebaliknya, jika titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y serta tidak membentuk pola tertentu yang tidak teratur maka tidak terjadi heteroskedastisitas (Fajrina, 2012). Dalam penelitian ini uji heteroskedastisitas menggunakan metode grafik dengan menggunakan program SPSS versi 23 sebagai berikut:



Sumber: Data primer diolah, 2018

Gambar 4.3

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Dari gambar 4.3 di atas grafik *scatterplot* menunjukkan bahwa terlihat titik-titik menyebar secara acak (*random*) baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas pada model regresi.

4.6.4 Uji Autokorelasi

Pengujian autokorelasi digunakan untuk mengetahui apakah terjadi korelasi di antara data pengamatan atau tidak. Adanya autokorelasi dapat memberikan kesimpulan yang salah pada penelitian (Priyatno, 2013). Untuk menguji ada tidaknya gejala autokorelasi maka dapat didetekesi dengan uji *Durbin-Watson* (DW *test*). Pengambilan keputusan ada atau tidaknya autokorelasi sebagai berikut (Santoso, 2004: 219):

a. Angka D-W dibawah -2, ada autokorelasi positif.
b. Angka D-W diantara -2 sampai +2, tidak ada autokorelasi.
c. Angka D-W diatas -2 sampai +2, ada autokorelasi negatif.

AR-RANIRY

Tabel 4.11
Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,586[a]	,343	,323	1,473	1,367

a. Predictors: (Constant), Persepsi, Minat, Kepuasan

b. Dependent Variable: Keputusan Menabung

Sumber: Data primer diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.11 menunjukkan nilai *Durbin Watson* (DW) sebesar 1,367. Maka dapat disimpulkan bahwa pada model regrasi linier dalam penelitian ini tidak terdapat autokorelasi, karena nilai *Durbin Watson* (DW) pada tabel berada diantara -2 sampai +2 yaitu sebesar 1,856.

4.7 Uji Regresi Berganda

Regresi berganda adalah sebagai pengaruh antara lebih dari dua variabel, di mana terdiri dari dua atau lebih variabel independen/bebas dan satu variabel dependen/terikat dan juga digunakan untuk membangun persamaaan dengan menggunakan persamaan tersebut untuk membuat perkiraan (Kurniawan, 2009). Hasil analisis regresi linier berganda dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.12

Hasil Uji Regresi Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,857	1,248		3,091	,003
	Persepsi	,020	,094	,021	1,215	,830
	Minat	,157	,050	,288	3,144	,002
	Kepuasan	,355	,081	,401	4,369	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Menabung

Sumber: Data primer diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.12 hasil analisis regresi berganda di atas dapat diketahui koefisien untuk variabel persepsi (X1) sebesar 0, 020, untuk variabel minat (X2) sebesar 0,157, untuk variabel kepuasan (X3) sebesar 0,355, dengan konstanta sebesar 8,537, sehingga dapat dirumuskan persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

Y= 3,857 + 0,020X1+ 0,157 X2+ 0,355 X3 + e (5.1)

Berdasarkan hasil dari persamaan regresi linier di atas, maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

a. Nilai konstanta (a) sebesar 3,857. Hal ini menunjukkan bahwa apabila persepsi (X1) minat (X2), dan kepuasan (X3) diasumsikan dalam keadaan tetapmaka keputusan menabung (Y) sebesar 3,857.
b. Nilai koefisien regresi persepsi (X1) sebesar 0,020 yang berarti jika persepsi mengalami kenaikan 1% akan menyebabkan keputusan menabung meningkat sebesar 0,014 dengan asumsi variabel lain dianggap tetap.
c. Nilai koefisien regresi minat (X2) sebesar 0,157 yang berarti jika minat mengalami kenaikan 1% akan menyebabkan keputusan menabung meningkat sebesar 0,157dengan asumsi variabel lain dianggap tetap.
d. Nilai koefisien regresi kepuasan (X3) sebesar 0,355 yang berarti jika minat mengalami kenaikan 1% akan menyebabkan keputusan menabung meningkat sebesar 0,355 dengan asumsi variabel lain dianggap tetap.

4.8 Pengujian Hipotesis

4.8.1 Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk menguji seberapa jauh variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini secara individual dalam menerangkan variabel dependen secara parsial (Ghozali, 2012). Berdasarkan hasil pengolahan dengan program SPSS vesi 23 maka hasil perhitungan Uji t dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.13

Hasil Uji t

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,857	1,248		3,091	,003
	Persepsi	,020	,094	,021	1,215	,830
	Minat	,157	,050	,288	3,144	,002
	Kepuasan	,355	,081	,401	4,369	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Menabung

Sumber: Data primer diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.11 hasil output uji t di atas dapat diketahui pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen adalah sebagai berikut:

1. Pengujian Hipotesis 1

Hipotesis pertama dalam penelitian ini adalah persepsi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung pasca konversi. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan diketahui bahwa t hitung koefisien persepsi adalah 1,215. Sedangkan t tabel bisa dihitung dengan menggunakan α = 0,05 karena digunakan pengujian dua arah maka nilai α dibagi dua, sehingga nilai α = 0,025. Sedangkan dk = n-k-1 di mana dk= 100-3-1 = 96sehingga

diperoleh nilai t tabel sebesar 1,215. Oleh karena itu t hitung < t tabel (1,125< 1,986). Maka dapat disimpulkan bahwa Ha_1 ditolak dan Ha_0 diterima artinya tidak terdapat pengaruh signifikan antara persepsi terhadap keputusan menabung pasca konversi.

2. Pengujian Hipotesis 2

Hipotesis kedua dalam penelitian ini adalah minat berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung pasca konversi. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan diketahui bahwa t hitung koefisien minat adalah 3,144. Sedangkan t tabel bisa dihitung dengan menggunakan α = 0,05 karena digunakan pengujian dua arah maka nilai α dibagi dua, sehingga nilai α = 0,025. Sedangkan df = n-k-1 di mana df = 100-3-1 = 96 sehingga diperoleh nilai t tabel sebesar 1,986. Oleh karena itu t hitung > t tabel (3,144> 1,986). Maka dapat disimpulkan bahwa Ha_2 diterima dan H_{02}ditolak artinya terdapat pengaruh signifiikan antara minat terhadap keputusan menabung pasca konversi.

3. Pengujian Hipotesis 3

Hipotesis ketiga dalam penelitian ini adalah kepuasan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung pasca konversi. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan diketahui bahwa t hitung koefisien kepuasan adalah 4,369. Sedangkan t tabel bisa dihitung dengan menggunakan α = 0,05 karena digunakan pengujian dua arah maka nilai α dibagi dua, sehingga nilai α = 0,025. Sedangkan df = n-k-1 di mana df = 100-3-1 = 96 sehingga diperoleh nilai t tabel sebesar 1,986. Oleh karena itu t hitung > t

tabel (4,369> 1,986). Maka dapat disimpulkan bahwa Ha_3diterima dan H_{03}ditolak artinya terdapat pengaruh signifiikan antara minat terhadap keputusan menabung pasca konversi.

4.8.2 Uji Simultan (Uji F)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau variabel terikat (Ghozali, 2012). Berdasarkan hasil pengolahan dengan program SPSS vesi 23 maka hasil perhitungan Uji F dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.14
Hasil Uji F

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	108,793	3	36,264	16,721	,000[b]
	Residual	208,207	96	2,169		
	Total	317,000	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Menabung

b. Predictors: (Constant), Kepuasan, Persepsi, Minat

Sumber: Data primer diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.14 hasil *output* uji simultan di atas diperoleh nilai F hitung sebesar 16,721 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Dengan tingkat signifikansi 5% dan df1=3 df2=97 didapat F tabel sebesar 2,70. Karena nilai Fhitung (16,721) > F tabel (2,70) maka dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel

independen yaitu persepsi, minat dan kepuasan memiliki pengaruh secara simultan terhadap keputusan menabung pasca konversi.

4.9 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel dependen amat terbatas. Dan sebaliknya jika nilai R^2 yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutukan untuk memprediksi variabel-variabel dependen (Ghozali, 2012). Berdasarkan hasil pengolahan dengan program SPSS vesi 23 maka hasil uji koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.15
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,586[a]	,343	,323	1,473	1,367

a. Predictors: (Constant), Kepuasan, Persepsi, Minat

b. Dependent Variable: Keputusan Menabung

Sumber: Data primer diolah, 2018

Berdasarkan Tabel 4.15 dapat diketahui bahwa angka R^2 (*R Square*) sebesar 0,343 atau 34,3%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel keputusan nasabah yang dapat dijelaskan oleh variabel persepsi, minat dan kepuasan. Sedangkan sisanya sebesar 0,657

atau 65,7% dijelaskan oleh variabel-variabel lain di luar penelitian ini.

4.10 Hasil Penelitian

4.10.1 Pengaruh Persepsi Terhadap Keputusan Menabung

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa persepsi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung pasca konversi PT. Bank Aceh Syariah.Hasil ini ditunjukkan pada perhitungan uji statistik t, di mana t hitung lebih kecil dari t tabel yaitu 1,215< 1,986. Sedangkan nilai probabilitas signifikan lebih besar dari 0,05 yaitu 0,152 > 0,05. Oleh sebab itu, dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung pasca konversi, artinya H_a ditolak dan H_0 diterima.

4.10.2 Pengaruh Minat Terhadap Keputusan Menabung

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa minat berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung pasca konversi. Hasil ini ditunjukkan pada perhitungan uji statistik t, di mana t hitung lebih besar dari t tabel yaitu 3,144> 1,986. Sedangkan nilai probabilitas signifikan lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,000 < 0,05. Oleh sebab itu, dapat disimpulkan bahwa variabel minatsecara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung pasca konversi, artinya H_a diterima dan H_0 ditolak.

4.10.3 Pengaruh Kepuasan Terhadap Keputusan Menabung

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa kepuasan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung pasca konversi. Hasil ini ditunjukkan pada perhitungan uji statistik t, di mana t hitung lebih besar dari t tabel yaitu 4,369> 1,986. Sedangkan nilai probabilitas signifikan lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,000 < 0,05. Oleh sebab itu, dapat disimpulkan bahwa variabel kepuasan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung pasca konversi, artinya H_a diterima dan H_0 ditolak.

4.10.4 Pengaruh Persepsi, Minat dan Kepuasan Terhadap Keputusan Menabung

Dalam hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi, minat dan kepuasan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung pasca dikonversi.Hasil ini ditunjukkan pada perhitungan uji statistik F, di mana F hitung lebih besar dari pada F tabel yaitu F hitung (16,721) > F tabel (2,70), maka dapat disimpulkan bahwa secara simultan terdapat pengaruh antara persepsi, minat dan kepuasan terhadap keputusan menabung pasca dikonversi PT. Bank Aceh Syariah.

Besarnya pengaruh persepsi, minat dan kepuasan terhadap keputusan menabung pasca dikonversi PT. Bank Aceh Syariah (R^2) adalah 0,120 atau sebesar 34,3%. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi, minat dan kepuasanberpengaruh sebesar 34,3% pasca Bank Aceh Konversi. Sedangkan sisanya yaitu 65,7% ditentukan

oleh variabel-variabel lain selain persepsi dan minat yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

جامعة الرانري
AR-RANIRY

BAB V
PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pengaruh persepsi, minat dan kepuasan terhadapkeputusan menabung masyarakatpasca konversi PT. Bank Aceh Syariah dengan melakukan penyebaran kuesioner kepada masyarakat muslim Kota Banda Aceh maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel persepsi (X1) secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan keputusan menabung masyarakat pasca konversi PT. Bank Aceh Syariah. Dengan nilai thitung (1,125) < nilai ttabel (1,986).
2. Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel minat (X2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung masyarakatpasca konversi PT. Bank Aceh Syariah. Dengan nilai t hitung (3,144) > nilai t tabel (1,986).
3. Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel kepuasan (X3) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung masyarakatpasca konversi PT. Bank Aceh Syariah. Dengan nilai t hitung (4,369) > nilai t tabel (1,986).
4. Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel Persepsi (X1), Minat (X2) dan Kepuasan (X3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung masyarakat pasca konversi PT. Bank Aceh Syariah. Dengan nilai Fhitung (16,721) > F tabel (2,70).

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah disajikan maka selanjutnya peneliti menyampaikan saran-saran yang kiranya dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang terkait atas hasil penelitian ini. Adapun saran-saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi PT. Bank Aceh Syariah
   a. Diharapkan PT. Bank Aceh Syariah untuk meningkatkan kinerja perusahaan dengan kemampuan dalam memberikan pelayanan yang terbaik kepada nasabah.
   b. Diharapkan PT. Bank Aceh Syariah meningkatkan kinerja perusahaan dengan kemampuan dalam memberikan pelayanan dan fasilitas yang terbaik kepada nasabah.
2. Bagi Akademisi
   a. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu tambahan referensi mengenai keputusan menabung masyarakatpasca konversi PT. Bank Aceh Syariah bagi penelitian selanjutnya.
   b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan acuan dalam mengembangkan dan melanjutkan penelitian bagi peneliti selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

Abdul Rahman Shaleh dan Muhib Abdul Wahab, "*Psikologi Suatu Pengantar (Dalam Perspektif Islam)*", Jakarta : Kencana, 2004, h. 264.

Ahmad Nur Faqihuddin, "*Analisis Perbandingan Kinerja Keuangan Bank Umum Syariah dan Bank Konvensional yang Memiliki Unit Keuangan Syariah*", Skripsi Thesis, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Diakses melalui http://digilib.uin-suka.ac.id/6578, tanggal 23 Februari 2016.

Aji Damanuri, "*Rasionalitas Konversi Bank Konvensional ke Bank Syariah*", Skripsi, STAIN Diponorogo,diaksesmelalui:http://jurnal.stainponorogo.ac.id/index.php/jucticia/article/viw/338,tanggal 19 Maret 2016.

Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.

_____. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.

Badan Pusat Statistik (BPS).2018.

Departemen Agama Republik Indonesia. *Al-Quran dan Terjemah* (Jakarta: Lajnah Pentashih Mushaf al-Quraan), hal. 47.

Fahmi, I. 2013. *Manajemen Pengambilan Keputusan*. Bandung: Alfabeta.

Ghozali, I. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

_____ . 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Kamsil, dkk. 2002. *Pokok-pokok Pengetahuan Hukum Dagang Indonesia.* Jakarta: Sinar Grafika.

Kurniawan, A. 2009. *Belajar Mudah SPSS Untuk Pemula*. Yogyakarta: Mediakom.

Kotler, P., & Keller, K.L. 2009. *Manajemen Pemasaran* (Edisi 12). (Benjamin Molan, Penerjemah). Jakarta: Indeks.

Kotler, P. (2002). *Keputusan Pembelian Adalah Tindalan Dari Konsumen*. Bandung: Linda Karya.

Kotler, Phillip. 2005. *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1 dan 2. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.

Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran.* Edisi 12. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.

Nawawi, Hadari. 2001. *Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Bisnis yang Kompetitif*. Cetakan Keempat. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.

Oktavia, Nova. 2015. *Sistematika Penulisan Karya Ilmiah. Ed 1.Cet-1*. Yogyakarta: Deepublish

Priyatno, D. 2013. *Mandiri Belajar Analisis Data dengan SPSS*. Yogyakarta: Mediakom.

Sekaran, Uma. 2003. *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.

Slameto. 2003. *Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempeng-aruhinya*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.

Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

_____. 2012. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.

_____ . 2014. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.

_____ . 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Tatik Suryani, *Perilaku Konsumen ; Implikasi pada Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012, h. 17.

Tjiptono, F. 2001. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.

Tjiptono, Fandy . 2004. *Manajemen Jasa*. Edisi kedua, cetakan ketiga. Penerbit: Andi,Yogyakarta.

Tim Penyusun Kamus Pusat Bahasa. 2008. *Kamus Besar Bahasa Indonesia.* Jakarta: Balai Pustaka.

Wijaya Tony. 2011. *Manajemen Kualitas Jasa*. Cetakan ke-1 dan ke-2.

Zainul Arifin, "*Dasar-dasar Manajemen Syariah"*, Edisi revisi (Jakarta: Pustaka Alvabet,Cet. 4, 2006), hlm. 31.

http://www.bankaceh.co.id. (Online, 2018).

LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRRY
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
DARUSSALAM BANDA ACEH

Responden Yth,

Saya Suriri Hidayati (140603230), mahasiswa jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Ranirry. Kuesioner ini disusun dalam rangka penelitian sebagai syarat kelulusan yang mengernai tentang **"Pengaruh Persepsi, Minat dan Kepuasan Terhadap Keputusan Menabung Pasca Konversi PT. Bank Aceh Syariah (Studi Kasus : Masyarakat Muslim Kota Banda Aceh)".**

Mengingat pentingnya data ini, saya mengharapkan kepada Bapak/Ibu/Saudara(i) untuk dapat mengisi dengan lengkap sesuai dengan kondisi yang sebenarnya. Jawaban yang Bapak/Ibu/Saudara(i) berikan hanya digunakan untuk penelitian dan dijamin kerahasiaanya. Atas perhatian dan waktu Bapak/Ibu/Saudara(i) saya ucapkan terimakasih.

Bagian I

Pertanyaan pada bagian I merupakan pertanyaan yang berhubungan dengan data atau identitas responden. Berikan tanda centang (√) pada pilihan yang sesuai dengan jawaban anda.

1. Jenis Kelamin:
   - ☐ Laki-laki
   - ☐ Perempuan
2. Usia:
   - ☐ 18- 28 tahun
   - ☐ 28-40 tahun
   - ☐ 41-55 tahun
   - ☐ > 55 tahun
3. Pendidkan Terakhir:
   - ☐ < SMP/MTsN
   - ☐ SMA/SMK/MA
   - ☐ D3/S1
   - ☐ S2/S3
4. Pekerjaan:
   - ☐ Pelajar/Mahasiswa
   - ☐ Petani/Pedagang/Pengusaha
   - ☐ Ibu Rumah Tangga
   - ☐ Tidak Bekerja/Pensiunan
   - ☐ Lainnya (*sebutkan*).....
   - ☐ PNS/ BUMN
   - ☐ Pegawai Swasta
5. Pendapatan Perbulan:
   - ☐ < Rp. 500.000
   - ☐ Rp. 500.000- 1.500.000
   - ☐ Rp. 1.500.000-3.000.000
   - ☐ Rp. 3.000.000-5.000.000
   - ☐ > Rp. 5.000.000

Bagian II

Pertanyaan pada bagian II yaitu pertanyaan yang berkaitan dengan respon dan tingkat minat masyarakat kota Banda Aceh dalam bersangkutan dengan PT. Bank Aceh Syariah. Oleh karena itu, dimohon untuk Bapak/Ibu/Saudara(i) untuk memberikan tanda centang (√) pada salah satu kolom jawaban yang sesuai dengan pilihan anda.

Keterangan:

1. STS : Sangat Tidak Setuju
2. TS : Tidak Setuju
3. KS : Kurang Setuju
4. S : Setuju
5. SS : Sangat Setuju

No	Indikator	Persepsi				
		1	2	3	4	5
1	Saya tetap bertransaksi pada Bank Aceh walaupun masih menerapkan sistem konvensional dan sistem Syariah					
2	Bank Aceh telah mengkonversi atau meninggalkan sistem konvesional menjadi sistem syariah secara keseluruhan					

3	Setelah dikonversi Bank Aceh Syariah menambah pemahaman saya tentang perbedaan sistem bunga dan bagi hasil					
4	Bank Aceh Syariah mempunyai reputasi dan citra lebih baik setelah konversi					
5	Setelah konversi, Bank Aceh Syariah masih sama dalam segi produk dan pelayanan yang diberikan					

No	**Indikator**	**Minat**				
		1	**2**	**3**	**4**	**5**
1	Saya menggunakan Bank Aceh Syariah karena telah menerapkan prinsip-prinsip syariah serta sesuai dengan Agama yang saya anut					
2	Produk yang ditawarkan Bank Aceh Syariah sudah					

	lebih baik setelah dikonversi					
3	Teknologi Bank Aceh Syariah sudah lebih meningkat dibandingkan sebelum dikonversi					
4	Promosi yang dilakukan Bank Aceh Syariah sudah lebih ngencar setelah dikonversi					
5	Ruangan transaksi diberikan Bank Aceh Syariah bersih dan nyaman setelah dikonversi					

جامعة الرانري
AR-RANIRY

No	Indikator	Kepuasan				
		1	2	3	4	5
1	Pelayanan yang diberikan Bank Aceh Syariah sudah cepat dan efesien setelah dikonversi					
2	Memiliki pertimbangan sebelum memilih betransaksi di Bank Aceh Syariah pasca konversi seperti pelayanan					
3	Merasa tepat memilih bertransaksi di Bank Aceh Syariah Pasca konversi					

جامعة الرانري
AR-RANIRY

No	Indikator	Keputusan Menabung				
		1	2	3	4	5
1	Memilih bertransaksi di Bank Aceh Syariah karena sudah dikonversi menjadi bank yang menerapkan prinsip-prinsip Islam.					
2	Mencari informasi mengenai konversi Bank Aceh Syariah dari orang orang sekitar dan media cetak maupun elektronik sebelum bertransaksi di Bank Aceh Syariah					
3	Merasa puas karena bertransaksi di Bank Aceh Syariah pasca konversi sudah lebih baik					

Lampiran 2 : Jawaban Responden

Responden	Persepsi				
	P1	P2	P3	P4	P5
1	5	5	4	4	5
2	3	5	3	2	2
3	3	3	3	4	3
4	2	3	3	2	3
5	3	3	4	3	4

6	5	4	5	4	3
7	4	5	4	5	3
8	2	5	3	4	2
9	3	5	2	2	4
10	2	3	3	3	4
11	2	3	3	4	4
12	3	4	3	4	3
13	1	1	3	3	5
14	3	3	2	3	2
15	4	3	2	3	2
16	2	5	3	4	2
17	3	3	4	5	5
18	5	2	3	5	4
19	3	4	2	2	4
20	3	4	5	5	5
21	4	4	2	3	3
22	3	3	4	4	4
23	2	3	4	4	3
24	5	3	5	5	3
25	4	4	3	3	2
26	2	2	3	3	2
27	1	3	2	3	4
28	5	4	4	3	5
29	3	5	2	4	4
30	3	3	2	4	4
31	4	4	3	4	5
32	4	5	2	3	3
33	3	3	4	4	3
34	2	3	3	3	3
35	2	5	4	3	4
36	5	4	2	2	3
37	5	4	4	3	3
38	2	2	3	4	3

39	3	5	4	4	4
40	4	5	4	4	4
41	3	3	4	5	4
42	5	4	2	4	3
43	4	4	3	5	4
44	5	4	4	3	2
45	3	2	2	3	1
46	4	5	2	4	2
47	3	3	4	4	5
48	5	3	3	5	4
49	4	4	3	3	3
50	3	4	2	4	4
51	2	2	1	3	3
52	3	4	4	5	5
53	2	3	4	4	3
54	5	2	4	5	3
55	2	3	3	1	1
56	3	4	2	4	3
57	3	3	3	3	4
58	3	4	3	3	5
59	3	3	3	5	4
60	1	3	2	4	4
61	4	4	3	4	5
62	3	3	2	4	3
63	3	3	3	3	3
64	2	4	3	3	3
65	3	5	4	3	4
66	3	4	3	2	2
67	5	3	4	3	3
68	2	5	3	4	2
69	3	2	2	3	4
70	3	5	4	4	3
71	4	3	4	5	4

72	5	4	2	4	3
73	3	3	3	4	5
74	5	4	2	3	2
75	3	5	3	3	2
76	3	3	3	4	2
77	3	4	4	4	5
78	5	3	3	3	4
79	5	2	2	4	4
80	2	5	2	5	4
81	4	4	4	4	3
82	3	4	2	5	4
83	3	3	4	3	3
84	5	2	4	4	3
85	4	4	3	4	3
86	3	4	5	3	3
87	3	5	2	3	5
88	5	4	2	4	5
89	3	5	2	4	4
90	4	3	2	2	4
91	2	3	3	3	4
92	3	4	2	4	4
93	2	3	4	5	3
94	5	4	4	5	3
95	3	3	4	4	3
96	3	4	3	3	3
97	3	5	2	4	5
98	4	4	3	4	5
99	3	4	2	3	4
100	3	2	2	2	1

Responden	MINAT				
	M1	M2	M3	M4	M5
1	4	5	2	3	4
2	2	3	2	2	4
3	4	2	4	3	3
4	4	3	2	2	1
5	3	2	3	2	4
6	4	3	2	2	3
7	3	2	2	2	3
8	4	2	4	4	4
9	3	5	3	3	4
10	3	5	3	3	2
11	5	5	5	2	5
12	4	5	5	4	3
13	2	2	2	4	4
14	5	4	3	5	4
15	5	4	1	1	4
16	4	3	2	1	1
17	4	3	3	2	1
18	3	3	3	2	1
19	3	4	5	1	2
20	4	3	3	2	2
21	4	4	3	2	2
22	3	2	1	1	2
23	3	2	2	1	2
24	4	2	2	1	3
25	5	2	3	2	3
26	2	3	2	2	1
27	3	3	2	2	1
28	4	2	2	2	2

29	4	2	2	3	2
30	4	2	1	3	3
31	4	5	2	3	4
32	2	3	2	2	4
33	4	2	4	3	3
34	4	3	2	2	1
35	3	2	3	2	4
36	4	3	2	2	3
37	3	2	2	2	3
38	4	2	4	4	4
39	3	5	3	3	4
40	3	5	3	3	2
41	5	5	5	2	5
42	4	5	5	4	3
43	2	2	2	4	4
44	5	4	3	5	4
45	5	4	1	1	4
46	4	3	2	1	1
47	4	3	3	5	1
48	3	3	3	1	1
49	3	4	5	3	2
50	4	3	3	2	2
51	4	4	3	2	2
52	3	2	1	1	2
53	3	2	2	1	2
54	4	2	2	1	3
55	5	2	3	4	3
56	2	3	2	2	1
57	3	3	2	2	1
58	4	2	2	2	2

59	4	2	2	3	2
60	4	2	1	3	3
61	4	5	2	3	4
62	2	3	2	2	4
63	4	2	4	3	3
64	4	3	2	2	1
65	3	2	3	2	4
66	4	3	2	2	3
67	3	2	2	2	3
68	4	2	4	4	4
69	3	5	3	3	4
70	3	5	3	3	2
71	5	5	5	2	5
72	4	5	5	4	3
73	2	2	2	4	4
74	5	4	3	5	4
75	5	4	1	1	4
76	4	3	2	1	1
77	4	3	3	1	1
78	3	3	3	1	1
79	3	4	5	1	2
80	4	3	3	2	2
81	4	4	3	2	2
82	3	2	1	1	2
83	3	2	2	1	2
84	4	2	2	1	3
85	5	2	3	2	3
86	2	3	2	2	1
87	3	3	2	2	1
88	4	2	2	2	2

89	4	2	2	3	2
90	4	2	1	3	3
91	4	2	1	3	3
92	3	2	1	1	2
93	3	2	2	1	2
94	4	2	2	1	3
95	5	2	3	2	3
96	2	3	2	2	1
97	3	3	2	2	1
98	4	2	2	2	2
99	4	2	2	3	2
100	4	2	1	3	3

Responden		**Kepuasan**	
	K1	K2	K3
1	3	4	3
2	3	3	2
3	3	3	1
4	3	3	2
5	3	4	2
6	2	5	2
7	2	4	3
8	4	4	2
9	4	3	3
10	4	3	3
11	4	5	3
12	5	5	4
13	4	2	4

14	2	3	5
15	4	1	1
16	2	2	1
17	3	3	2
18	3	3	2
19	2	5	3
20	2	3	2
21	3	3	2
22	1	3	4
23	2	2	3
24	2	2	2
25	3	4	3
26	3	2	2
27	2	3	2
28	2	2	2
29	2	2	2
30	2	4	4
31	3	3	3
32	3	3	3
33	3	5	2
34	3	5	4
35	3	2	4
36	2	5	2
37	2	4	3
38	4	4	3
39	4	4	2
40	4	4	2
41	4	4	3
42	5	5	3
43	4	5	3

44	2	5	2
45	4	5	2
46	2	5	3
47	3	5	3
48	3	5	3
49	2	4	4
50	2	4	2
51	3	4	4
52	1	3	4
53	2	4	2
54	2	4	2
55	3	5	2
56	3	5	4
57	2	4	2
58	2	4	3
59	2	4	3
60	2	3	2
61	3	4	3
62	3	3	2
63	3	3	1
64	3	5	3
65	3	4	3
66	2	5	3
67	2	4	3
68	4	4	1
69	4	4	2
70	4	4	2
71	4	4	3
72	5	5	3
73	4	5	3

74	2	5	2
75	4	5	2
76	2	3	2
77	3	5	3
78	3	5	3
79	2	4	4
80	2	4	2
81	3	5	5
82	1	3	4
83	2	4	2
84	2	4	2
85	3	5	2
86	3	5	1
87	2	3	1
88	2	4	3
89	2	4	3
90	2	3	2
91	2	3	2
92	1	3	4
93	2	4	2
94	2	4	2
95	3	2	1
96	3	5	1
97	2	4	1
98	2	4	3
99	2	4	3
100	2	3	2

Lampiran 3 : Karakteristik Responden

Jenis Kelamin Responden

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	42	42,0	42,0	42,0
	Perempuan	58	58,0	58,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Umur Responden

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	18-28 tahun	25	25,0	25,0	25,0
	28-40 tahun	32	32,0	32,0	57,0
	41-55 tahun	33	33,0	33,0	90,0
	>55 tahun	10	10,0	10,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Pendidikan Terakhir Responden

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<SMA	9	9,0	9,0	9,0
	SMA/SMK/MA	29	29,0	29,0	38,0
	D3/S1	48	48,0	48,0	86,0
	S2/S3	14	14,0	14,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Pekerjaan Responden

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pelajar/Mahasiswa	4	4,0	4,0	4,0
	Pegawai Negeri	46	46,0	46,0	50,0
	Petani/Pedagang/Pengusaha	22	22,0	22,0	72,0
	Pegawai Swasta	4	4,0	4,0	76,0
	Ibu Rumah Tangga	11	11,0	11,0	87,0
	Tidak Bekerja/Pensiunan	6	6,0	6,0	93,0
	Lain-Lain	7	7,0	7,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Pendapatan per Bulan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<Rp500.000	7	7,0	7,0	7,0
	Rp500.000-Rp1.500.000	8	8,0	8,0	15,0
	Rp1.500.000-Rp3.000.000	32	32,0	32,0	47,0
	Rp3.000.000-Rp5.000.000	26	26,0	26,0	73,0
	>Rp5.000.000	27	27,0	27,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Lampiran 5 : Hasil Pengujian Instrumen/*Pilot Testing*

Correlations

		P1	P2	P3	P4	P5	Persepsi
P1	Pearson Correlation	1	,229	,535**	,418*	,314	,792**
	Sig. (2-tailed)		,223	,002	,021	,091	,000
	N	30	30	30	30	30	30
P2	Pearson Correlation	,229	1	,029	,149	,156	,458*
	Sig. (2-tailed)	,223		,881	,433	,411	,011
	N	30	30	30	30	30	30
P3	Pearson Correlation	,535**	,029	1	,479**	,167	,678**
	Sig. (2-tailed)	,002	,881		,007	,378	,000
	N	30	30	30	30	30	30
P4	Pearson Correlation	,418*	,149	,479**	1	,348	,720**
	Sig. (2-tailed)	,021	,433	,007		,060	,000
	N	30	30	30	30	30	30
P5	Pearson Correlation	,314	,156	,167	,348	1	,611**
	Sig. (2-tailed)	,091	,411	,378	,060		,000
	N	30	30	30	30	30	30
Persepsi	Pearson Correlation	,792**	,458*	,678**	,720**	,611**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,011	,000	,000	,000	
	N	30	30	30	30	30	30

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

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

Correlations

		M1	M2	M3	M4	M5	Minat
M1	Pearson Correlation	1	,119	,100	,197	,239	,389*
	Sig. (2-tailed)		,599	,297	,204	,034	,010
	N	30	30	30	30	30	30
M2	Pearson Correlation	,100	1	,494**	,262	,292	,692**
	Sig. (2-tailed)	,599		,006	,163	,117	,000
	N	30	30	30	30	30	30
M3	Pearson Correlation	,197	,494**	1	,409*	,258	,730**
	Sig. (2-tailed)	,297	,006		,025	,168	,000
	N	30	30	30	30	30	30
M4	Pearson Correlation	,239	,262	,409*	1	,350	,674**
	Sig. (2-tailed)	,204	,163	,025		,058	,000
	N	30	30	30	30	30	30
M5	Pearson Correlation	,389*	,292	,258	,350	1	,685**
	Sig. (2-tailed)	,034	,117	,168	,058		,000
	N	30	30	30	30	30	30
Minat	Pearson Correlation	,464**	,692**	,730**	,674**	,685**	1
	Sig. (2-tailed)	,010	,000	,000	,000	,000	
	N	30	30	30	30	30	30

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

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

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

Correlations

	K1	K2	K3	Kepuasan
Pearson Correlation	1	,282**	,192	,464**
Sig. (2-tailed)		,004	,055	,010
N	30	30	30	30
Pearson Correlation	,655**	1	,226*	,850**
Sig. (2-tailed)	,004		,024	,000
N	30	30	30	30
Pearson Correlation	,291	,226*	1	,750**
Sig. (2-tailed)	,055	,024		,000
N	30	30	30	30
Pearson Correlation	,464**	,850**	,750**	1
Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
N	100	100	100	100

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

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

Correlations

		KM1	KM2	KM3	Keputusan_Menabung
KM1	Pearson Correlation	1	,446	,330	,726**
	Sig. (2-tailed)		,065	,123	,000
	N	30	30	30	30
KM2	Pearson Correlation	,291	1	,016	,750**
	Sig. (2-tailed)	,065		,874	,000
	N	30	30	30	30
KM3	Pearson Correlation	,330	,280	1	,801**
	Sig. (2-tailed)	,123	,874		,000
	N	30	30	30	30
Keputusan_Menabung	Pearson Correlation	,726*	,750**	,801**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	30	30	30	30

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

AR-RANIRY

Lampiran 5 : Hasil Uji Validitas

1. Uji Validitas Variabel Persepsi

Correlations

		P1	P2	P3	P4	P5	Persepsi
P1	Pearson Correlation	1	,217*	,221*	,244*	,151	,602**
	Sig. (2-tailed)		,030	,027	,015	,134	,000
	N	100	100	100	100	100	100
P2	Pearson Correlation	,217*	1	,195	,188	,268**	,593**
	Sig. (2-tailed)	,030		,052	,060	,007	,000
	N	100	100	100	100	100	100
P3	Pearson Correlation	,221*	,195	1	,288**	,205*	,618**
	Sig. (2-tailed)	,027	,052		,004	,041	,000
	N	100	100	100	100	100	100
P4	Pearson Correlation	,244*	,188	,288**	1	,420**	,658**
	Sig. (2-tailed)	,015	,060	,004		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
P5	Pearson Correlation	,151	,268**	,205*	,420**	1	,655**
	Sig. (2-tailed)	,134	,007	,041	,000		,000

	N	100	100	100	100	100	100
Persepsi	Pearson Correlation	,602**	,593**	,618**	,658**	,655**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

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

2. Uji Validitas Variabel Minat

Correlations

		M1	M2	M3	M4	M5	Minat
M1	Pearson Correlation	1	,123	,184	,167	,284**	,434**
	Sig. (2-tailed)		,224	,067	,096	,004	,000
	N	100	100	100	100	100	100
M2	Pearson Correlation	,123	1	,461**	,216*	,238*	,679**
	Sig. (2-tailed)	,224		,000	,031	,017	,000
	N	100	100	100	100	100	100
M3	Pearson Correlation	,184	,461**	1	,347**	,227*	,714**
	Sig. (2-tailed)	,067	,000		,000	,023	,000
	N	100	100	100	100	100	100
M4	Pearson Correlation	,167	,216*	,347**	1	,328**	,639**
	Sig. (2-tailed)	,096	,031	,000		,001	,000
	N	100	100	100	100	100	100
M5	Pearson Correlation	,284**	,238*	,227*	,328**	1	,648**
	Sig. (2-tailed)	,004	,017	,023	,001		,000
	N	100	100	100	100	100	100
Mi	Pearson Correlation	,434**	,679**	,714**	,639**	,648**	1

nat	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

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

3. Uji Validitas Variabel Kepuasan

Correlations

		K1	K2	K3	Kepuasan
K1	Pearson Correlation	1	,282**	,192	,715**
	Sig. (2-tailed)		,004	,055	,000
	N	100	100	100	100
K2	Pearson Correlation	,282**	1	,226*	,704**
	Sig. (2-tailed)	,004		,024	,000
	N	100	100	100	100
K3	Pearson Correlation	,192	,226*	1	,678**
	Sig. (2-tailed)	,055	,024		,000
	N	100	100	100	100
Kepuasan	Pearson Correlation	,715**	,704**	,678**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100

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

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

4. Uji Validitas Variabel Keputusan Menabung

Correlations

		KM1	KM2	KM3	Keputusan_Menabung
KM1	Pearson Correlation	1	,185	,155	,692**
	Sig. (2-tailed)		,065	,123	,000
	N	100	100	100	100
KM2	Pearson Correlation	,185	1	,016	,555**
	Sig. (2-tailed)	,065		,874	,000
	N	100	100	100	100
KM3	Pearson Correlation	,155	,016	1	,603**
	Sig. (2-tailed)	,123	,874		,000
	N	100	100	100	100
Keputusan_Menabung	Pearson Correlation	,692**	,555**	,603**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100

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

Lampiran 6 : Hasil Uji Reliabilitas

1. Uji Reliabilitas Variabel Persepsi

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,606	5

2. Uji Reliabilitas Variabel Minat

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,722	6

3. Uji Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,773	4

AR-RANIRY

4. Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Menabung

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,638	5

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	(Constant)	3,857	1,248		3,091	,003
	Persepsi	,020	,094	,021	1,215	,830
	Minat	,157	,050	,288	3,144	,002
	Kepuasan	,355	,081	,401	4,369	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Menabung

Lampiran 7 : Hasil Uji Parsial (Uji t)

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	(Constant)	3,857	1,248		3,091	,003
	Persepsi	,020	,094	,021	1,215	,830

	Minat	,157	,050	,288	3,144	,002
	Kepuasan	,355	,081	,401	4,369	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Menabung

Lampiran 8 : Hasil Uji Simultan (Uji F)

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	108,793	3	36,264	16,721	,000[b]
	Residual	208,207	96	2,169		
	Total	317,000	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Menabung

b. Predictors: (Constant), Kepuasan, Persepsi, Minat

Lampiran 9 : Hasil Uji Regresi Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,857	1,248		3,091	,003
	Persepsi	,020	,094	,021	1,215	,830
	Minat	,157	,050	,288	3,144	,002
	Kepuasan	,355	,081	,401	4,369	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Menabung

Lampiran 10 : Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,586[a]	,343	,323	1,473	1,367

a. Predictors: (Constant), Kepuasan, Persepsi, Minat

b. Dependent Variable: Keputusan Menabung

Lampiran 11 : Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters[a,b]	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,45020730
Most Extreme Differences	Absolute	,044
	Positive	,044
	Negative	-,038
Test Statistic		,044
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200[c,d]

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Lampiran 12 : Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients[a]

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	Sig.	Tolerance	VIF
(Constant)	3,857	1,248		3,091	,003	
Persepsi	,014	,055	,020	,244	,807	,997	1,003
Minat	,157	,050	,288	3,144	,002	,814	1,228
Kepuasan	,355	,081	,401	4,369	,000	,814	1,229

a. Dependent Variable: Keputusan Menabung

Lampiran 13 : Hasil Uji Autokorelasi

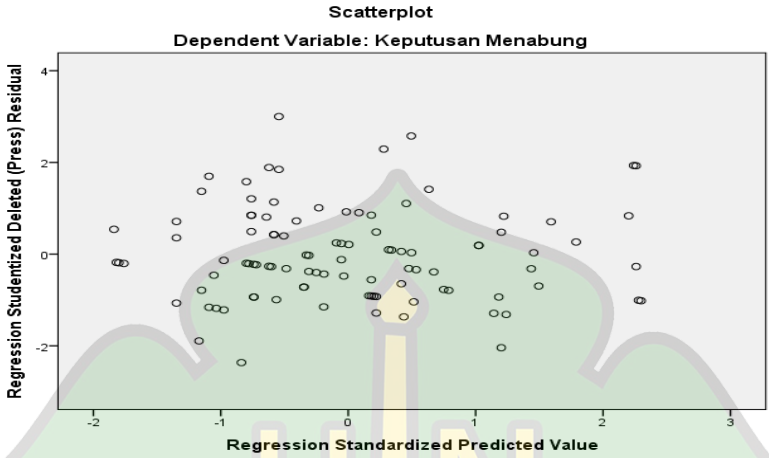
Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,586[a]	,343	,323	1,473	1,367

a. Predictors: (Constant), Persepsi, Minat, Kepuasan

b. Dependent Variable: Keputusan Menabung

Lampiran 14 : Hasil Uji Heteroskedastisitas



جامعة الرانري
AR-RANIRY

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

1. INDENTITAS PRIBADI

1. Nama : Suriri Hidayati
2. NIM : 140603230
3. TTL : Ie Mirah, 20 Agustus 1996
4. Jenis Kelamin : Perempuan
5. Agama : Islam
6. Status : Belum Kawin
7. Pekerjaan : Mahasiswi
8. Alamat : Jl. Lamreung, Ulee Kareng, Banda Aceh

2. IDENTITAS ORANG TUA

1. Nama Ayah : Alm. Sofyan
2. Nama Ibu : Aspiati
3. Agama : Islam
4. Pekerjaan Ibu : Ibu Rumah Tangga
5. Alamat : Desa Ie Mirah, Kec. Babahrot, Kab. Aceh Barat Daya

3. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. Tamatan SD N 2 Ie Mirah 2008
2. Tamatan MTSs Al-Munjiya 2011
3. Tamatan SMAN Unggul Harapan Persada 2014
4. Tamatan UIN Ar-Raniry Banda Aceh 2019