

**ANALISIS KEPUTUSAN MENABUNG MASYARAKAT DALAM PENERAPAN
QANUN LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH ACEH NO.11 TAHUN 2018
(STUDI KASUS MASYARAKAT ACEH TENGGARA)**

Oleh :

ABDUL HAMID

NIM : 0503162125

Program Studi

PERBANKAN SYARIAH



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA**

MEDAN

2021

**ANALISIS KEPUTUSAN MENABUNG MASYARAKAT DALAM PENERAPAN
QANUN LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH ACEH NO.11 TAHUN 2018
(STUDI KASUS MASYARAKAT ACEH TENGGARA)**

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera
Utara Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Pada Program Studi Perbankan Syariah

Oleh :

ABDUL HAMID

NIM : 0503162125

Program Studi

PERBANKAN SYARIAH



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA
MEDAN
2021**

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Abdul Hamid
Nim : 0503162125
Tempat/Tgl.Lahir :Tanjung Balai,03 Januari 1998
Pekerjaan : Mahasiswa
Alamat : Desa Kute Tinggi,Kec.Badar,Kab.Aceh Tenggara

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul "**ANALISIS KEPUTUSAN MENABUNG MASYARAKAT DALAM PENERAPAN *QANUN* LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH ACEH NO.11 TAHUN 2018 (STUDI KASUS MASYARAKAT ACEH TENGGARA)**" benar karya asli saya,kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya .Apabila terdapat kesalahan dan kekeliruan didalamnya,sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Medan,21 Juli 2021

Yang membuat Pernyataan



Abdul Hamid

PERSETUJUAN

Skripsi Berjudul :

**ANALISIS KEPUTUSAN MENABUNG MASYARAKAT DALAM PENERAPAN
QANUN LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH ACEH NO.11 TAHUN 2018 (STUDI
KASUS MASYARAKAT ACEH TENGGARA)**

Oleh :

Abdul Hamid

Nim.0503162125

Dapat disetujui Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Pada Program Studi Perbankan Syariah
Medan ,Juli 2021

Pembimbing I



Dr. Mustafa Kamal Rokan, M. H

NIDN. 2025077801

Pembimbing II



Khairul Tambunan, M.E.I

NIDN. 0112018501

Mengetahui

Ketua Jurusan Perbankan Syariah



Dr. Tuti Anggraini, MA


NIDN.20310577

PENGESAHAN

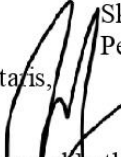
Skripsi yang berjudul "**Analisis Menabung Masyarakat dalam Penerapan Qanun Lembaga Keuangan Syariah Aceh No.11 Tahun 2018 (Studi Kasus Masyarakat Aceh Tenggara)**" atas nama Abdul Hamid, NIM 0503162125 Prodi Perbankan Syariah telah dimunaqasyahkan dalam Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Negeri Sumatera Utara Medan pada Tanggal 09 Agustus 2021. Skripsi ini telah diterima untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Program Studi Perbankan Syariah.

Medan, 20 Agustus 2021
Panitia Sidang Munaqasyah
Skripsi Program Studi
Perbankan Syariah

Ketua,


Dr. Tuti Anggrami, MA
NIDN.2031057701

Sekretaris,


Muhammad Lathief Ilhamy Nasution, M.E.I
NIDN. 2026048901

Pembimbing 1,



Dr. Mustafa Kamal Rokan, M.H
NIDN.2031057701

Anggota

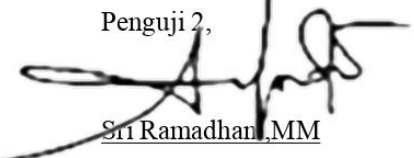
Pembimbing 2,


Khairina Tambunan, M.E.I
NIDN. 0112018501

Penguji 1,


Dr. Tuti Anggrami, MA
NIDN.2031057701

Penguji 2,


Sri Ramadhan, MM
NIDN. 2015107502

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam UIN-SU Medan

Dr. Muhammad Yafiz, M.Ag
NIDN.2023047602

ABSTRAK

Skripsi berjudul "**Analisis Menabung Masyarakat dalam Penerapan Qanun Lembaga Keuangan Syariah Aceh No.11 Tahun 2018 (Studi Kasus Masyarakat Aceh Tenggara)**" atas nama Abdul Hamid. Di bawah bimbingan Pembimbing I Bapak Dr.Mustafa Kamal Rokan,M.H dan Pembimbing II Ibu Khairina Tambunan ,M.E.I.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis keputusan menabung masyarakat Aceh Tenggara dalam penerapan Qanun LKS Aceh No.11 Tahun 2018 yang mewajibkan seluruh lembaga keuangan syariah di Aceh harus menganut sistem syariah,dalam kata lain seluruh operasional lembaga keuangan konvensional harus diubah menjadi syariah. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner skala Linkert dan sampel yang digunakan dalam penelitian sebanyak 100 responden masyarakat Aceh Tenggara, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling. Teknik pengujian data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis linear berganda, uji t dan uji F serta koefisien determinasi. Berdasarkan analisis data, hasil penelitian menunjukkan bahwa indikator indikator pada penelitian ini bersifat valid dan reliabel. Pada uji asumsi klasik data berdistribusi normal, tidak terjadi heteroskedastisitas dan multi kolinearitas. Pada uji hipotesis Pengetahuan Produk, Pelayanan, dan Pendapatan Masyarakat , memiliki pengaruh terhadap Keputusan Menabung masyarakat Aceh Tenggara , pengetahuan produk berkontribusi terhadap keputusan menabung sebesar 23,1%, variabel pelayanan berkontribusi terhadap keputusan menabung sebesar 32,7%, variabel pendapatan masyarakat memberikan kontribusi terhadap keputusan menabung sebesar 37,6%.Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat Aceh Tenggara untuk menabung mereka lebih mementingkan tingkat pendapatan.

Kata Kunci : Qanun LKS Aceh No.11 Tahun 2018, Pengetahuan Produk, Pelayanan, Pendapatan Masyarakat,Keputusan Menabung

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim.

Alhamdulillah, puji dan syukur penulis ucapkan atas khadirat Allah SWT, karena atas berkat rahmat dan hidayahnya penulis mampu menyelesaikan skripsi ini, serta sholawat beriring salam tak lupa pula dihadiahkan kepada Baginda Rasulullah Muhammad SAW, yang telah membawa petunjuk, ilmu dan pengetahuan kepada ummatnya di dunia ini.

Skripsi ini berjudul "ANALISIS KEPUTUSAN MENABUNG MASYARAKAT DALAM PENERAPAN QANUN ACEH NO.11 TAHUN 2018 TENTANG LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH (STUDI KASUS MASYARAKAT ACEH TENGGARA)". Penulisan skripsi ini merupakan salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Saarjana Ekonomni di Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. Dalam penyusunan skripsi ini, penulis juga tidak luput dari berbagai masalah dan menyadari sepenuhnya bahwa keberhasilan yang diperoleh bukanlah semata-mata hasil usaha penulis sendiri, melainkan berkat bantuan, dorongan, bimbingan, dan pengarahan yang tiada ternilai harganya dari pihak lain, yakni ucapan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Ayahanda Prof. Dr. Syahrin Harahap, MA, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
2. Bapak Dr. Muhammad Yafiz, M.Ag, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara dan juga senior organisasi Himpunan Mahasiswa Islam yang sangat memberikan motivasi dan pencerahaan dalam menyelesaikan studi ini.
3. Ibu Dr.Tuti Anggraini ,MA selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah sekaligus dosen favorit Saya , dan Bapak Muhammad Lathief Ilhamy Nasution,M.E.I Selaku Sekretaris Jurusan.Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara.
4. Bapak Dr. Sugianto, MA selaku Pembimbing Akademik yang telah meluangkan waktu dan memeberikan sumbangsih pemikiran kepada penulis.
5. Bapak Dr.Mustafa Kamal Rokan,M.H selaku Pembimbing skripsi I dan Ibu Khairni Tambunan ,M.E.I selaku Pembimbing skripsi II,yang telah meluangkan waktu dan

bersabar dalam memberikan pengarahan ilmu, arahan, serta bimbingan yang sangat berarti untuk menyelesaikan skripsi ini.

6. Kedua orang tua Saya tercinta, Ayahanda Abdulla dan Ibunda Salmah, yang senantiasa memberikan dorongan, motivasi, dan doa agar anaknya untuk terselesaikannya skripsi ini.
7. Istri dan anak Saya Tercinta, Umma Cut Nyak Novia Sari yang selalu berada di samping Saya, memberikan semangat dan do'a, dan Abdul Hafiz Munthe yang menjadi obat lelah dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Teman-teman dan Adik-adik Demisioner Senat Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara, Annisa, Rinaldi, Wahyu, Nurul, Suhaila, Iqbal, Inay, Kiki, Raden, Alfina, dan seluruh jajaran Demisioner masa kepengurusan 2019-2021, yang telah menggoreskan pengalaman dalam sejarah hidup saya.
9. Teman-Teman Seperjuangan, Fawwaz, Ade, Arif, Vania, Nurul Mailiza, Indah Yuliana, Dwi, Febri, Azis, Rais, dan seluruh pasukan kelas Perbankan Syariah A angkatan 2016, saya ucapkan terima kasih pernah menjadi bagian dalam masa-masa perjuangan kuliah.
10. Senior Organisasi, Bang Imam Anugrah, Bang Imam, Kak Purnama, Bang Almanar, Bang Alvin, Bang Rido, Bang Azwar, dan lain-lain yang tidak bisa Saya sebutkan satu persatu.
11. Terakhir Teman dekat saya, Ridho Muhsinin, Dicky, Untza, Intan, Rajab, Tarmizi, Junaidi, Farman, Ade, dan juga teman-teman organisasi LDK Al-Izzah UIN Sumatera Utara, Himpunan Mahasiswa Islam Komisariat FEBI UIN Sumatera Utara, Fossei Sumbagut, Ksei UIE, UDO, dan lain-lain, terima kasih sudah menjadi bagian dalam goresan tinta pengalaman hidup Saya, sehingga memberikan dorongan untuk maju bersama.

Semoga Allah SWT membalas setiap kebaikan yang diberikan kepada saya (Penulis) dan semoga skripsi dapat bermanfaat untuk kedepannya.

Medan, 21 Juli 2021



Abdul Hamid

NIM.0503162125

DAFTAR ISI

PERNYATAAN	i
PERSETUJUAN	ii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABLE	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xi

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah.....	5
C. Batasan Masalah	6
D. Rumusan Masalah.....	6
E. Tujuan Penelitian	6
F. Manfaat Penelitian	7

BAB II KAJIAN TEORITIS

A. Bank Syariah.....	8
1. Pengertian Bank Syariah.....	8
2. Tujuan Bank Syariah.....	9
3. Perbedaan Bank Syariah dengan Bank Konvensional	9
B. <i>Qanun</i>	9
1. Pengertian <i>Qanun</i>	9
2. Kedudukan <i>Qanun</i> dalam Pemerintahan.....	10
C. Keputusan Menabung	11
1. Pengertian Keputusan	11
2. Pengertian Menabung	14
3. Jenis-jenis Tabungan di Bank Syariah	15
D. Pengetahuan Produk	16

E. Pelayanan	20
1. Pengertian Pelayanan	20
2. Tujuan Pelayanan	25
F. Pendapatan Masyarakat	26
1. Jenis-jenis Pendapatan	27
2. Sumber-sumber Pendapatan.....	28
G. Kajian Terdahulu	29
H. Kerangka Teoritis	35
I. Hipotesis Penelitian	36

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	38
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	38
C. Populasi dan Sampel.....	38
D. Data Penelitian.....	40
E. Teknik Pengumpulan Data	40
1. Kuesioner	40
2. Studi Kepustakaan.....	41
3. Studi Dokumentasi.....	41
F. Defenisi Operasional	41
1. Pengetahuan Produk (X_1).....	42
2. Pelayanan (X_2)	42
3. Pendapatan Masyarakat(X_3).....	42
G. Teknik Analisa Data	45
1. Uji Validitas dan Realibilitas.....	45
2. Analisa Deskriptif	46

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran umum	50
B. Hasil Penelitian.....	59
C. Pembahasan	79

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan 83
B. Saran 83

DAFTAR PUSTAKA 86

DAFTAR RIWAYAT HIDUP 88

LAMPIRAN 89

A. LAMPIRAN A89

B. LAMPIRAN B90

C. LAMPIRAN C..... 91

D. LAMPIRAN D..... 92

DAFTAR TABEL

Tabel	Hal
1. Proses Pengambilan Keputusan	12
2. Penelitian Terdahulu	29
3. Defenisi Operasional.....	40

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Hal
4.2 Peta Administrasi Aceh Tenggara.....	53
4.3 Grafik Normal Histogram	67
4.4 Grafik Normal Plots-plots	68
4.5 Hasil Uji Heteroskidastistas	12

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN

1. Qanun Lembaga Keuangan Syariah Aceh No.11 Tahun 2018
2. Kuisisioner
3. Hasil Penelitian
4. Dokumentasi Observasi

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Menurut Undang-Undang No.21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah menjelaskan pengertian bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip-prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank umum Syariah, Unit Usaha Syariah, dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS)¹. Lahirnya Bank Syariah bukan sebuah kebetulan, karena bunga pada konvensional secara fiqh dikategorikan sebagai riba yang sudah jelas haram. Negara-negara mayoritas muslim mulai memikirkan alternatif lembaga bank non-ribawi, usaha pertama untuk mendirikan bank tanpa bunga pertama kali dilakukan di Malaysia pada pertengahan tahun 1940-an ,tetapi usaha ini tidak sukses. Kemudian Eksperimen lain dilakukan di Pakistan pada akhir tahun 1950-an, dan yang eksperimen yang paling sukses dilakukan di Mesir dengan berdirinya Mit Ghamr Loca Saving Bank pada tahun 1963 menjadi batu loncatan motivasi untuk terus mengembangkan bank syariah di dunia.² Di Indonesia bank syariah pertama didirikan pada tahun 1992 yaitu Bank Muamalat Indonesia yang masih eksis sampai hari ini.

Dengan majunya peradaban dunia saat ini membuat kebutuhan manusia semakin kompleks, tidak hanya sekedar bertahan hidup namun gaya hidup sudah menjadi kebutuhan primer yang sulit dilepaskan dari setiap kegiatan manusia. Bank adalah lembaga keuangan yang melayani masyarakat baik dari segi pendanaan dan penyerapan dana dan jasa lainnya, jelas fungsi bank sangat krusial untuk menciptakan kegiatan ekonomi yang efektif dan efisien dan bahkan menjadi kebutuhan mendekati primer masyarakat global hari ini.Indonesia adalah salah

¹Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Depok: KENCANA, 2017), h. 58.

²Adiwarman A. Karim, *Bank Islam analisis Fiqh dan Keuangan*, (Jakarta:RajaGrafindo Persada, 2010), h. 23.

satu negara dengan penduduk muslim terbesar didunia menjadi peluang pangsa pasar keuangan syariah hal ini mendorong pemerintah dengan membentuk program seperti KNKS (Komite Nasional Keuangan Syariah) dan Peraturan BI maupun OJK menunjang kegiatan lembaga keuangan syariah sesuai yang dibutuhkan pasar saat ini. Lahirnya beberapa usaha ini menandakan semangat berekonomi syariah semakin tinggi, sehingga para cendekiawan muslim saling bekerjasama mencetuskan kemajuan literatur dalam dunia perbankan syariah khususnya.

Jauh sebelum Indonesia memiliki bank syariah pertama yaitu Bank Muamalat (1992), Aceh sudah mencetuskan Islam *kaffah* di buktikan dengan sejarah kerajaan islam pertama tepat berdiri samudra pasai dengan gagahnya dan hingga saat ini tradisi menjunjung tinggi nilai-nilai Islam masih berlaku di negeri serambi Makkah ini. Sehingga lahirnya Undang Undang No.18 tahun 1965 menjadikan Aceh sebagai Daerah Istimewa dengan otonomi khusus di bidang Agama Islam. Dengan hal ini dibentuknya MPU(Majelis Pemusyawaratan Ulama) Aceh yang bertugas membantu pemerintah untuk membentuk tatanan hukum setara Perda yaitu *Qanun* untuk kemaslahatan ummat.

Provinsi Aceh yang terletak di ujung utara Indonesia ini memiliki 23 kabupaten dan 5 kota madya, salah satunya adalah Kabupaten Aceh Tenggara, Kabupaten ini berada di daerah pegunungan dengan ketinggian 1.000 meter di atas permukaan laut, yang merupakan bagian dari pegunungan Bukit Barisan. Taman Nasional Gunung Leuser yang merupakan daerah cagar alam nasional terbesar terdapat di kabupaten ini. Pada dasarnya wilayah Kabupaten Aceh Tenggara kaya akan potensi wisata alam, salah satu di antaranya adalah Sungai Alas yang sudah dikenal luas sebagai tempat olahraga Arung Sungai yang sangat menantang. Secara umum, ditinjau dari potensi pengembangan ekonomi, wilayah ini termasuk zona pertanian. Potensi ekonomi daerah berhawa sejuk ini adalah padi, kakao, kembiri, rotan, kayu glondongan, ikan air tawar dan hasil hutan lainnya. Dalam bidang Pertambangan, Aceh Tenggara memiliki deposit bahan galian golongan C yang sangat beragam dan potensial dalam jumlah

cadangannya.³ Uniknya wilayah ini tidak sepenuhnya daerah mayoritas Islam, ada beberapa kecamatan atau desa yang dihuni masyarakat beragama nasrani, suku yang ada di Aceh Tenggara tergolong multi, etnis asli mayoritas bersuku alas selebihnya dihuni oleh suku Gayo, Aceh, Batak dan lain lain. Sehingga perlu dibedakan dari segi kultur sosial budaya pasti berbeda dengan daerah mayoritas bersuku Aceh. Tetapi hukum *Qanun* syariat Islam tetap berlaku sebagaimana yang ada di daerah Aceh lainnya.

Perlu diketahui Bank yang pertama kali mencatat sejarah sebagai salah satu bank yang berkonversi dari konvensional menjadi syariah ada di Aceh yaitu PT. Bank Aceh berubah menjadi PT Bank Aceh Syariah 19 September 2016 silam.⁴ Ini membuktikan bahwa pemerintah konsisten terhadap pembangunan dan kemajuan syariat Islam secara *kaffah* baik di bidang muamalah yang fungsinya sangat krusial dimasyarakat Aceh. Atas dasar hal inilah dapat di simpulkan usaha untuk memajukan lembaga keuangan syariah tidak main-main, dilanjutkan dengan lahirnya *Qanun* Aceh No.11 Tahun 2018 tentang Lembaga Keuangan Syariah,⁵ yang berisikan peraturan tegas bahwa seluruh lembaga keuangan komersil yang bergerak di bidang jasa keuangan harus memulai konversi dari konvensional yang berbau riba ke sistem syariah. Dalam hal ini, perusahaan diberikan waktu 3 tahun untuk merubah tatanan tersebut, dan tepat pada akhir 2020 ini genap 3 tahun setelah *Qanun* dikeluarkan.

Bank sudah mulai bergegas menuju syariah ini dibuktikan berlahan-lahan konversinya Bank BNI, Bank BRI, dan Bank Mandiri yang mana masyarakat yang membuka rekening wajib rekening syariah. Keputusan ini mutlak untuk menjalan roda bisnis yang berasaskan pada syariat Islam *kaffah* dan dengan dorongan ini diharapkan mampu meningkatkan persaingan perbankan syariah di kancah nasional mengingat pada periode 2019 yang lalu *asset* perbankan syariah

³www.wikipedia.org di akses pada tanggal 1 Desember 2020

⁴www.bankaceh.co.id di akses pada tanggal 6 juni 2020

⁵www.acehprov.go.id di akses pada tanggal 6 juni 2020

masih berkisar 6,01%,⁶ sangat jauh jika dibandingkan dengan total *asset* perbankan konvensional.

Berbicara Menabung, harusnya diawali dengan niat terlebih dahulu kemudian harus ada pengetahuan tentang produk yang akan digunakan, nasabah biasanya menabung memiliki tujuan. Bisa menabung untuk membeli barang atau untuk kepastian masa depan. Seorang nasabah pada saat akan menabung kepada suatu bank terlebih dahulu mempertimbangkan apa manfaat dan tujuan dari menabung, selanjutnya mulai mengumpulkan informasi tentang bank apa yang cocok dengan kebutuhan maupun prinsipnya, kemudian dilakukan kegiatan menilai, mencari dan memakai jenis tabungan yang dibutuhkan tersebut, maka dapat dikatakan untuk merealisasikan suatu aktivitas menabung diperlukan sebuah kemauan yang kuat atau niat untuk melakukannya.

Kondisi Aceh saat ini yang didominasi masyarakat petani tak terkecuali di Aceh Tenggara yang memiliki masyarakat petani mencapai 50% lebih (2017),⁷ selebihnya bekerja di sektor lain. Menarik bila dilihat dari hal ini maka masyarakat Aceh Tenggara didominasi oleh masyarakat menengah kebawah pasti tingkatan pendidikan dan pendapatan akan sangat mempengaruhi minat masyarakat dalam memilih dan menggunakan jasa Bank.

Fungsi bank dalam kegiatan ekonomi masyarakat Aceh sangat diperhitungkan, karena lahirnya dunia maya sebagai wadah (pasar) jual beli yang menghubungkan satu orang ke orang lain, dari satu daerah ke daerah lain, membuat masyarakat memerlukan jasa bank untuk berkiriman uang menyelesaikan transaksinya. Sebagaimana dikatakan Kasmir bahwa perbankan tidak akan terlepas dari kegiatan ekonomi. Namun yang menjadi masalah adalah fungsi bank yang biasanya diperlukan sebagai tempat menabung sudah terdegradasi menjadi lembaga untuk urusan *transfer* uang saja. Sebagaimana kita ketahui setiap adanya bantuan pemerintah untuk masyarakat hari ini tidak

⁶www.ojk.go.id di akses pada tanggal 6 juni 2020

⁷www.acehtenggarakab.bps.go.id di akses pada tanggal 6 juni 2020

terlepas menggunakan jasa bank untuk bisa mencairkan dana bantuan tersebut terutama di pedesaan yang tingkat ekonominya masih rendah.

Lahirnya *Qanun* Aceh No.11 Tahun 2018 yang mengatur kegiatan muamalah mewajibkan seluruh bank konvensional yang berada di Wilayah Aceh harus dikonversi menjadi Bank Syariah, menjadi bahan menarik bagi penulis untuk mengetahui sejauh mana *qanun* ini efektif memberikan dampak positif terhadap keputusan masyarakat dalam menabung. Hal inilah yang membuat Penulis membuat judul skripsi “**Analisis Keputusan Menabung Masyarakat setelah berlakunya *Qanun* Lembaga Keuangan Syariah Aceh No.11 Tahun 2018 (Studi Kasus Masyarakat Aceh Tenggara)**”.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang dipaparkan di atas, maka permasalahan yang dapat diteliti diidentifikasi sebagai berikut:

1. Salah satu yang menentukan tingkat keberhasilan dan kualitas perusahaan adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan yaitu masyarakat Aceh Tenggara.
2. Pelayanan dan fasilitas Bank Syariah di Aceh Tenggara masih kurang memuaskan, jaringan yang sering terhambat membuat kegiatan transaksi bahkan seharian dapat terputus.
3. Tingkat pengetahuan masyarakat tentang bank syariah masih sangat minim, bahkan masyarakat memandang bank konvensional sama saja dengan bank syariah.
4. Tingkat pengetahuan karyawan yang masih kurang tentang pemahaman bank syariah .
5. Pemahaman tentang *qanun* lembaga keuangan syariah masih minim baik masyarakat dan karyawan bank .
6. Masyarakat Aceh Tenggara masih tergolong masyarakat petani kelas menengah ke bawah, sehingga berkaitan dengan kemampuan masyarakat dalam menabung semakin berat untuk menyisihkan uang tabungan.

C. Batasan Masalah

Untuk menghindari pembahasan yang mengakibatkan tidak tepatnya sasaran yang diharapkan, maka penulis hanya membatasi penelitian ini pada 5 variabel bebas yang meliputi lima komponen, yaitu pengetahuan produk (X_1), pelayanan (X_2), pendapatan masyarakat (X_3), dan keputusan menabung masyarakat (Y) sebagai variabel terikat.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah Pengetahuan Produk (X_1) berpengaruh terhadap keputusan menabung masyarakat (Y)?
2. Apakah Pelayanan (X_2) berpengaruh terhadap keputusan menabung masyarakat (Y)?
3. Apakah Pendapatan (X_3) berpengaruh terhadap keputusan menabung masyarakat (Y)?
4. Apakah Pengetahuan Produk (X_1), Pelayanan (X_2), Pendapatan Masyarakat (X_3) berpengaruh terhadap keputusan menabung masyarakat (Y)?

E. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Pengetahuan Produk (X_1) terhadap keputusan menabung masyarakat (Y) dalam penerapan *Qanun* No.11 Tahun 2018?
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Pelayanan (X_2) terhadap keputusan menabung masyarakat (Y) dalam penerapan *Qanun* No.11 Tahun 2018?
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh pendapatan masyarakat (X_3) terhadap keputusan menabung masyarakat (Y) dalam penerapan *Qanun* No.11 Tahun 2018?
4. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh pengetahuan produk (X_1), pelayanan (X_2), dan pendapatan masyarakat (X_3) terhadap keputusan menabung masyarakat (Y) dalam penerapan *Qanun* No.11 Tahun 2018?

F. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pembacanya, baik bagi pihak perbankan, pihak peneliti, ataupun pihak akademisi. Manfaat penelitian tersebut terurai sebagai berikut:

1. Bagi Perbankan

- a. Memberikan informasi bagi Bank Syariah di Aceh Tenggara mengenai gambaran keputusan dan minat menabung masyarakat Aceh Tenggara.
- b. Memberikan informasi tentang prioritas faktor-faktor perbaikan dalam meningkatkan kualitas jasa pelayanan pada Bank Syariah di Aceh Tenggara.
- c. Memberikan informasi tentang pemahaman masyarakat terhadap Bank Syariah di Aceh Tenggara.

2. Bagi Peneliti

- a. Sebagai media untuk mengaplikasikan kemampuan yang dimiliki secara teoritis dan menambah wawasan mengenai kualitas pelayanan jasa perbankan syariah.
- b. Merupakan kesempatan untuk lebih memahami mengenai persepsi dan harapan nasabah dan masyarakat mengenai kualitas jasa dan kepuasan masyarakat.
- c. Sebagai salah satu syarat mendapatkan gelar (Sarjana Ekonomi/S.E) dalam Program Studi Perbankan Syariah FEBI UINSU.

3. Bagi Akademis

- a. Diharapkan dapat menjadi model penelitian untuk melakukan penelitian serupa.
- b. Dapat memberikan tambahan wawasan dan sebagai referensi dalam bidang operasi mengenai kualitas pelayanan jasa pada perbankan syariah.

BAB II

KAJIAN TEORITIS

A. Bank Syariah

1. Pengertian Bank Syariah

Bank merupakan badan usaha yang menghimpun dan dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup banyak (UU No. 21/2008). Sedangkan Bank Syariah adalah Bank yang menjalankan usahanya sesuai dengan prinsip prinsip syariah/islam (UU No.21/2008). Atau lebih rincinya Bank Syariah adalah lembaga yang melaksanakan tiga fungsi utama yaitu menerima simpanan uang, meminjamkan uang, dan memberikan jasa dengan akad-akad sesuai aturan syariah.⁸

2. Tujuan Bank Syariah

Menurut Sudarsono bank syariah mempunyai beberapa tujuan sebagai berikut:

- a. Menciptakan kegiatan ekonomi umat untuk bermuamalah secara syariah dengan tidak mengandung Maghrib (maysir, gharar, riba).
- b. Untuk menciptakan suatu keadilan di bidang ekonomi dengan jalan meratakan pendapatan melalui kegiatan investasi, agar tidak terjadi kesenjangan yang amat besar antar pemilik modal dengan pihak yang membutuhkannya.
- c. Untuk meningkatkan kualitas hidup umat dengan jalan membuka peluang usaha yang lebih besar terutama kelompok miskin, yang diarahkan kepada kegiatan usahayang produktif menuju terciptanya kemandirian usaha.
- d. Untuk menanggulangi masalah kemiskinan yang pada umumnya merupakan program utama dari negara-negara yang sedang berkembang.
- e. Untuk menjaga kestabilan ekonomi dan moneter dengan aktivitas bank syariah akan mampu menghindari pemanasan ekonomi diakibatkan karena adanya inflasi.
- f. Untuk membuat masyarakat tidak bergantung ke bank konvensional.

⁸Adiwarman A. Karim, *Bank Islam*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2010), h. 18.

3. Perbedaan Bank Syariah dengan Bank Konvensional

Perbedaan Bank Syariah dan Konvensional ialah bank syariah menerapkan sistem bagi hasil, investasinya pada sektor halal saja, hubungan dengan nasabah adalah mitra bukan debitor-kreditor, dan terdapat Dewan Pengawas Syariah (DPS).

B. Qanun

1. Pengertian Qanun

Istilah *qanun* dalam bahasa Arab merupakan bentuk kata kerja dari *qanna*. Hal ini sebagaimana penjelasan Ridwan, dalam bahasa Arab kata kerja *qanun* adalah *qanna* yang artinya membuat hukum yang artinya membuat hukum (*to make law, to legislate*). Dalam perkembangannya, kata *qanun* berarti hukum (*law*), peraturan (*rule, regulation*), dan Undang-Undang (*statute, code*).⁹

Dari Referensi lain, Efendi merujuk pada Mohd. Din, menjelaskan bahwa kanon /berasal dari kata Yunani kuno, yang berarti buluh. Oleh karenanya pemakaian “buluh” dalam kehidupan sehari-hari pada zaman itu adalah untuk mengukur, maka kanon juga berarti sebatang tongkat atau kayu pengukur atau penggaris.¹⁰

Secara terminologi *qanun* merupakan ketetapan hukum yang berlaku dalam masyarakat dan digunakan untuk kemaslahatan masyarakat. *Qanun* dalam tinjauan istilah, sebagaimana penjelasan tersebut bukan aturan terhadap ibadah saja, tetapi termasuk aspek muamalah antar sesama manusia yang ditetapkan oleh pemerintah.

Berikut terminologi *qanun* dalam beberapa penjelasan berdasarkan referensi yang ditemukan:

⁹Ridwan, Positivisasi Hukum Pidana Islam (Analisis atas Qanun No.14/2003 Tentang Khalwat/ Mesum Provinsi Nanggroe Aceh Darussalam).

¹⁰Efendi, “Kedudukan Qanun Bidang Sumber daya Alam Dalam Sistem Hukum Nasional”, *Jurnal Dinamika Hukum*, Vol. 14 No.1, Januari 2014, h.30.

- a. Al-Yasa' Abu bakar, *Qanun* adalah peraturan daerah yang setingkat dengan peraturan pemerintah untuk melaksanakan otonomi khusus di Aceh.
- b. *Qanun* merupakan produk hasil *ijtihad* yang menjadi sebagai hukum untuk diterapkan dalam wilayah tertentu. Salah satu sumber menjelaskan *qanun* adalah kumpulan kaidah mengatur dasar dan hubungan kerjasama antara sesama anggota masyarakat dalam sebuah negara, baik secara tertulis maupun secara tidak tertulis. Dalam pengertian ini, memaknakan *qanun* dalam arti luas yaitu mencakup segala peraturan.
- c. Sumber dari Jabbar Sabil merujuk pada penjelasan Al-Najjar dan Abdulallah Mubruk secara terminologi kata *qanun* berarti kumpulan kaedah yang mengatur hubungan masyarakat di mana jika diperlukan seseorang akan dipaksa oleh pemerintah untuk mengikuti aturan tersebut.¹¹

Jadi berdasarkan pengertian di atas dapat kita simpulkan pengertian *qanun* adalah ketentuan hukum berdasarkan fiqh yang diperoleh melalui *ijtihad* para ulama.

2. Kedudukan Qanun Dalam Pemerintahan

Kedudukan *qanun* dalam masyarakat Aceh sangatlah fundamental sebagai dasar dalam berkehidupan walaupun saat ini nilai-nilainya terus terdegradasi oleh perkembangan zaman, pada masa kejayaan Aceh yang dibawak oleh Sultan Iskandar Muda, *qanun* atau *qanun* meukuta alam sangat kuat eksistensinya karena pada masa itu *qanun* yang berisi keselarasan adat istiadat dengan syariat Islam sudah mulai dituliskan.

Menurut Undang-undang *qanun* diatur dalam UU No.11 Tahun 2006 tentang Pemerintahan Aceh yaitu *Qanun* Aceh Adalah peraturan perundang-undangan sejenis peraturan daerah provinsi yang mengatur penyelenggaraan pemerintahan dan kehidupan masyarakat Aceh (Pasal 1 Angka 21) dan untuk kabupaten, *qanun* merupakan peraturan perundang-undangan sejenis peraturan

¹¹Jabbar Sabil, "Peran Ulama Dalam Taqin di Aceh", *Jurnal Transformasi Administrasi*, Vol.02, No. 01.Tahun 2012, h. 201.

daerah kabupaten/ kota yang mengatur penyelenggaraan pemerintahan dan kehidupan masyarakat kabupaten/ kota di Aceh.

Dapat disimpulkan secara bahasa dan Undang-Undang *Qanun* adalah peraturan yang setara dengan peraturan daerah, baik tingkat provinsi maupun kabupaten yang membedekannya adalah keistimewaan syariat Islam yang mengalir di dalamnya.

C. Keputusan Menabung

1. Pengertian Keputusan

Keputusan dalam islam haruslah diambil berdasarkan niat menggapai ridho Allah, sebagaimana tertung dalam Alquran dan Hadist haruslah setiap kegiatan manusia dilandasi dengan ketaqwaan kepada Allah ,yaitu menjauhi segala larangan dan melakukan perintahnya. Imam Al-Ghazali menekankan pentingnya niat dalam melakukan keputusan konsumsi barang atau jasa sehingga tidak kosong dari makna dan steril. Keputusan Konsumsi dilakukan rangka beribadah kepada Allah.¹²

وَمَا خَلَقْتُ الْجِنَّ وَالْإِنْسَ إِلَّا لِيَعْبُدُونِ

Artinya : “Aku Tidak Menciptakan Jin dan Manusia melainkan agar mereka beribadah kepadaku” (QS.Azzariyat Ayat 55)

Tafsiri Kemenag RI menjelaskan bahwa Allah memerintah Nabi Muhammad beristikamah dalam mengajak umatnya mengesakan Allah karena sesungguhnya itulah tujuan penciptaan. Aku tidak menciptakan jin dan manusia untuk kebaikan-Ku sendiri. Aku tidak menciptakan mereka melainkan agar tujuan hidup mereka adalah beribadah kepada-Ku karena ibadah itu pasti bermanfaat bagi mereka.¹³

¹² Mustafa Edwin Nasution, Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam, (Jakarta: Kencana, 2010), ed-1, Cet ke-3, h.61

¹³ <https://pustakalajah.kemenag.go.id/koleksi?kategori=tafsir-tematik> di akses pada tanggal 13 Juli 2021

Keputusan didefinisikan sebagai suatu pemilihan tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif, dengan kata lain orang yang mengambil keputusan harus mempunyai satu pilihan dari beberapa alternatif yang ada (Prasetijo dan Ihalauw, 2005: 226). Menurut Kotler (2002: 212) menyatakan kualitas adalah sebuah proses pendekatan penyelesaian masalah yang terdiri dari pengenalan masalah, mencari informasi, beberapa penilaian alternatif, membuat keputusan membeli dan perilaku setelah membeli yang dilalui konsumen.

Menurut Boediono (2001: 56) keputusan adalah suatu pengakhiran dari pada proses pemikiran tentang suatu masalah atau problema untuk menjawab pertanyaan apa yang harus diperbuat guna mengatasi masalah tersebut, dengan menjatuhkan pilihan pada suatu alternatif. Dari keterangan di atas dapat disimpulkan bahwa keputusan didefinisikan sebagai suatu pemilihan tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif, dengan kata lain orang yang mengambil keputusan harus mempunyai satu pilihan dari beberapa alternatif yang ada di mana terdapat proses berpikir dan mempertimbangkan sesuatu yang lebih menarik atau lebih dibutuhkan.

Kotler dan Keller (2007: 214) menjelaskan bahwa proses pengambilan keputusan merupakan proses psikologis dasar yang memainkan peranan penting dalam memahami bagaimana konsumen secara aktual mengambil keputusan pembelian. Menurut Mowen dan Minor (2002: 3) proses pengambilan keputusan konsumen yang paling kompleks terdiri dari lima tahap, yaitu:



Gambar 2.1

Proses Pengambilan Keputusan Konsumen

Sumber: Kottler

Pada tahap pengenalan masalah konsumen mengaku bahwa mereka membutuhkan sesuatu. Bila kebutuhan cukup kuat, maka hal itu dapat

memotivasi calon konsumen untuk memasuki tahap kedua dari proses pengambilan keputusan konsumen yaitu pencarian informasi, yang bisa mungkin, tergantung pada keterlibatan konsumen. Pada tahap ketiga, konsumen mengevaluasi alternatif yang mereka identifikasi untuk memecahkan masalah mereka. Tahap selanjutnya pilihan merupakan tahap keempat dari proses di mana konsumen memutuskan tindakan alternatif apa yang akan dipilih. Secara garis besar dapat disimpulkan bahwa setiap pengambilan keputusan haruslah didasari dengan persepsi kebutuhan yang kuat akan suatu produk. Secara rinci para konsumen dapat melewati beberapa tahap dan urutannya tidak sesuai.

- a. Pengenalan Masalah, proses membeli dengan pengenalan masalah atau kebutuhan pembeli menyadari suatu perbedaan antara keadaan yang sebenarnya dan keadaan yang diinginkannya. Kebutuhan itu dapat digerakkan oleh rangsangan dari dalam diri pembeli atau dari luar.
- b. Pencarian Informasi, konsumen adakalanya tidak berusaha secara aktif dalam mencari informasi yang dengan kebutuhannya. Seberapa jauh orang tersebut mencari informasi tergantung pada kuat lemahnya dorongan kebutuhan, banyaknya informasi yang dimiliki, kemudahan memperoleh informasi, tambahan dan kepuasan yang diperoleh dari kegiatan mencari informasi. Biasanya jumlah kegiatan mencari informasi meningkat tatkala konsumen bergerak dari keputusan situasi pemecahan masalah yang terbatas ke pemecahan masalah yang maksimal.
- c. Evaluasi alternatif, Informasi yang didapat dari calon pembeli digunakan untuk memperoleh gambaran yang lebih jelas mengenai alternatif-alternatif yang dihadapinya sertadaya tarik masing-masing alternatif. Produsen harus berusaha memahami carakonsumen mengenal informasi yang diperolehnya dan sampai pada sikap tertentumengenai produk promosi dan keputusan untuk pembeli.
- d. Keputusan membeli, produsen harus memahami bahwa konsumen mempunyai cara sendiri dalam menangani informasi yang diperolehnya dengan membatasi alternatif-alternatif yang harus dipilih atau dievaluasi untuk menentukan produk mana yang akan dibeli.

e. Perilaku pasca pembelian, apabila barang yang dibeli tidak memberikan kepuasan yang diharapkan, maka pembeli akan merubah sikapnya terhadap merek barang tersebut menjadi sikap negatif, bahkan mungkin akan menolak dari daftar pilihan. Sebaliknya bila konsumen mendapat kepuasan dari barang yang dibelinya maka keinginan untuk membeli terhadap merek barang tersebut cenderung untuk menjadi lebih kuat. Produsen harus mengurangi perasaan tidak senang atau perasaan negatif terhadap suatu produk dengan cara membantu konsumen menemukan informasi yang membenarkan pilihan konsumen melalui komunikasi yang diarahkan pada orang-orang yang baru saja membeli produknya.

2. Pengertian Menabung

Dalam Islam menabung sangat dianjurkan oleh Nabi Muhammad SAW dalam hadisnya beliau berkata “Simpanlah sebagian dari harta kamu untuk kebaikan masa depan kamu, karena itu jauh lebih baik bagimu.” (H.R Bukhari). Menabung adalah tindakan yang dianjurkan oleh Islam, karena dengan menabung berarti seseorang muslim mempersiapkan diri untuk pelaksanaan perencanaan masa yang akan datang sekaligus untuk menghadapi hal-hal yang tidak diinginkan (Antonio, 2010: 153). Secara luas, menabung dapat diartikan sebagai suatu kegiatan meysisihkan dari pendapatannya untuk dikumpulkan sebagai cadangan di hari depan (Rini, 2006: 96).

Dalam Al-Qur'an terdapat ayat-ayat yang secara tidak langsung telah memerintahkan kaum muslimin untuk mempersiapkan hari esok secara lebih baik.

وَلْيَخْشَ الَّذِينَ لَوْ تَرَكَوْا مِنْ خَلْفِهِمْ ذُرِّيَّةً ضِعْفًا خَافُوا عَلَيْهِمْ فَلْيَتَّقُوا اللَّهَ وَلْيَقُولُوا
قَوْلًا سَدِيدًا

Artinya: “Dan hendaklah takut kepada Allah orang-orang yang seandainya meninggalkan dibelakang mereka anak-anak yang lemah, yang mereka khawatir terhadap (kesejahteraan) mereka. oleh sebab itu hendaklah

mereka bertakwa kepada Allah dan hendaklah mereka mengucapkan Perkataan yang benar".¹⁴

Ayat tersebut memerintahkan kita untuk bersiap-siap dan mengantisipasi masa depan keturunan, baik secara rohani (iman/ takwa) maupun secara ekonomi harus dipikirkan langkah-langkah perencanaannya. Salah satu langkah perencanaan adalah dengan menabung. Maka dapat disimpulkan keputusan menabung adalah suatu tindakan alternatif untuk memilih menyimpan uangnya dengan tujuan investasi atau kebutuhan di masa depan. Dalam konteks bahasa yang tertera pada KBBI menabung adalah menyimpan uang, dan menurut istilah adalah menyisihkan uang untuk disimpan dan kedepanya uang tersebut akan digunakan sesuai dengan keinginan.

3. Jenis-jenis Tabungan Di Bank Syariah

a. Giro

Pada umumnya, bank syariah menggunakan akad *al-wadi'ah* pada rekening giro. Nasabah yang membuka rekening giro berarti melakukan akad *wadi'ah* "titipan" yang dilakukan dengan kondisi penerima titipan bertanggung jawab atas nilai dari uang yang dititipkan. Bank syariah menggunakan akad *wadi'ah* untuk rekening giro yang mana giro dapat dicairkan kapan saja menggunakan bilyet giro seperti cek, dalam ketentuannya bagi hasil dapat diberikan secara suka rela dan tidak dibagi juga tidak menjadi masalah. Selain akad *al-wadi'ah* juga bisa menggunakan akad *al-mudharabah* yang mana akad *mudharabah* pada giro syariah adalah akad kerjasama antara nasabah sebagai penyimpan dana (*shahibul maal*) sedang bank syariah sebagai pihak yang mengelola dana (*mudharib*). Ketentuan Giro Syariah menggunakan akad *mudharabah* adalah sebagai berikut:

- 1) Dalam transaksi ini nasabah bertindak sebagai *shahibul maal* atau pemilik dana, dan bank bertindak sebagai *mudharib* atau pengelola dana.

¹⁴ Abdul Malik Mujahid, *Al-Qur'an Dan Terjemahnya*, (Jakarta: Darussalam, 2006).

- 2) Dalam kapasitasnya sebagai *mudharib*, bank dapat melakukan berbagai macam usaha yang tidak bertentangan dengan prinsip syari'ah dan mengembangkannya, termasuk di dalamnya *mudharabah* dengan pihak lain.
- 3) Modal harus dinyatakan dengan jumlahnya, dalam bentuk tunai dan bukan piutang.
- 4) Pembagian keuntungan harus dinyatakan dalam bentuk *nisbah* dan dituangkan dalam akad pembukaan rekening.
- 5) Bank sebagai *mudharib* menutup biaya operasional giro dengan menggunakan *nisbah* keuntungan yang menjadi haknya.
- 6) Bank tidak diperkenankan mengurangi *nisbah* keuntungan nasabah tanpa persetujuan yang bersangkutan

b. Tabungan

Tabungan adalah simpanan dalam bentuk saldo uang yang banyak macam fitur pelayanan dan fasilitas tergantung dari produk tabunganya. Tabungan memiliki dua pilihan akad yaitu *al-wadi'ah* dan *al-mudharabah*. *Wadi'ah* akad titipan yang biasanya bagi hasil dapat diberikan dengan suka rela oleh bank sedangkan *mudharabah nisbah* atau bagi hasil diberikan ketika bank memiliki keuntungan sesuai dengan porsi yang sudah ditetapkan di awal akad.

c. Deposito

Deposito adalah tabungan berjangka yang mana penabung menginvestasikan uangnya dengan syarat pengambilan berdasarkan lama waktu, tergantung kesepakatan nasabah dengan bank. Akad yang digunakan adalah *al-mudharabah*, yang mana bank harus memberikan *nisbah* kepada nasabah sesuai dengan akad di awal. Biasanya persentase *nisbah* pada deposito lebih besar dibandingkan dengan tabungan dan giro karena bersifat berjangka sehingga bank bisa lebih leluasa memutar uang tersebut.

D. Pengetahuan Produk

Al-Quran mendorong manusia agar mengembangkan kemampuan berpikir seimbang dengan kemampuan berzikir, mengingat Allah. Al-Quran menginspirasi perkembangan ilmu pengetahuan dan mengajarkan peran dan tanggung jawab

manusia yang diberi amanah ilmu. Al-Quran sebagai pedoman hidup (manhaj al-hayah) menuntun umat manusia agar memperoleh keselamatan dan kebahagiaan dunia dan akhirat.

ا يَرْفَعِ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ...¹⁵

Artinya : “Niscaya Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman diantaramu dan orang-orang yang berilmu pengetahuan beberapa derajat” (QS.Al-Mujadilah : 11)¹⁵

Ayat di atas memberikan pengertian bahwa Allah meinggikan drajat bagi mereka yang memiliki pengetahuan,maka dapat kita pahami bahwa dalam hal apapun didunia ini Allah memberikan keselamatan dan kemudahan bagi mereka yang memiliki pengetahuan.

Pengetahuan produk adalah kumpulan berbagai macam informasi mengenai produk. Pengetahuan ini meliputi kategori produk, merek, terminologi produk, atribut atau fitur produk, harga produk, dan kepercayaan mengenai produk (Sumarwan, 2011: 148).

Menurut Angel, definisi mengenai pengetahuan konsumen terhadap produk adalah pengetahuan konsumen mengenai karakteristik produk, seperti kelas produk, merek, dan model/ fitur yang didapatkan dari kumpulan informasi yang dimiliki oleh konsumen tersebut. Sedangkan menurut Rao dan Sieben pengetahuan produk adalah kumpulan berbagai macam informasi mengenai produk yang dimiliki oleh konsumen. Semakin banyak pengetahuan dan informasi terhadap produk yang dimiliki oleh konsumen, maka konsumen akan semakin cepat dalam memutuskan pembelian terhadap suatu produk.

Dari pengertian tersebut dapat diketahui bahwa pengetahuan produk mengacu pada jumlah informasi konsumen yang telah disimpan dalam dirinya atau ingatannya tentang kelas produk tertentu, bentuk produk, merek, model dan

¹⁵ Abdul Malik Mujahid, *Al-Qur'an Dan Terjemahnya*, (Jakarta: Darussalam, 2006), h. 34-35

cara-cara mereka untuk membeli. Pengetahuan produk diperlukan sebagai dasar suksesnya suatu produk, biasanya melalui penggunaan/ keterlibatan pada suatu produk. Pengetahuan konsumen tentang suatu produk yang diharapkan dapat mempengaruhi kepuasan secara positif, sebab suatu pengetahuan akan membuat tentang produk akan lebih realistis.

Di dalam teori bauran pemasaran (strategi mix), produk bank memiliki pengertian bahwasanya produk merupakan jenis-jenis produk (simpanan dan pembiayaan) dan jasa pelayanan perbankan yang diperjual-belikan kepada nasabah untuk dapat memberikan manfaat baik, memenuhi kebutuhan sehari-haridan mewujudkan keinginan serta harapan nasabah dengan memuaskan¹⁶ Produk dapat diartikan sebagai sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah. Artinya, produk di sini dapat memberikan manfaat dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari konsumen dan juga dapat dimiliki oleh konsumen sesuai dengan keinginannya.

Pada umumnya, produk memiliki dua wujud yang berkaitan dengan fisik atau benda berwujud dan tidak berwujud. Agar produk yang ditawarkan oleh bank laku dipasaran, maka produk tersebut harus tercipta dengan tingkat kualitas yang tinggi dan sesuai dengan harapan serta keinginan nasabah. Produk dengan nilai tingkat kualitas yang tinggi akan memiliki nilai saing yang lebih baik ketika nantinya produk bank tersebut dibandingkan dengan produk bank lainnya. Hal ini dilakukan agar produk bank dapat memberikan berbagai keuntungan baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Bank dalam mengembangkan produk baru di pasar baru atau pasar yang ada harus sesuai dengan persyaratan, rasa dan preferensi pelanggan dan permintaan pasar sehingga dapat selalu menarik minat calon nasabah baru maupun mempertahankan nasabah yang sudah ada.

Setiap konsumen memiliki tingkat pengetahuan produk yang berbeda-beda. Pengetahuan mengenai produk ini nantinya akan menjadi penunjang pengambilan keputusan untuk membeli pada konsumen. Tingkat pengetahuan

¹⁶Ikatan Bankir Indonesia, *Mengelola Bisnis Pembiayaan Bank Syariah*, (Jakarta Pusat: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2015), h. 221.

konsumen terbentuk dari penggabungan antara pengetahuan konsumen terdahulu dengan pengetahuan yang baru didapatnya. Contoh poin-poin penting mengenai pengetahuan produk yang dilihat maupun dicari oleh konsumen yaitu: kelas produk, bentuk produk, merek dan model atau fitur. Menurut J Paul Peter dan Jerry C. Olson,¹⁷ setiap konsumen memiliki empat jenis tingkatan pengetahuan produk yaitu pengetahuan tentang karakteristik atau atribut produk, pengetahuan tentang manfaat produk, pengetahuan tentang risiko produk dan pengetahuan tentang tingkat kepuasan yang diberikan produk kepada konsumen. Berikut penjelasan mengenai empat jenis tingkatan pengetahuan produk menurut J Paul Peter dan Jerry C. Olson:

1. Pengetahuan tentang karakteristik atau atribut produk atribut dapat diartikan sebagai karakteristik nyata dan tidak nyata (*tangible* dan *intangibile*) dari produk yang memberikan kepuasan subjektif atau pemuasan kebutuhan bagi konsumen. Menurut Tjiptono menyatakan bahwa atribut produk adalah unsur-unsur produk yang dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan dasar pengambilan keputusan. Di mana indikator dari pengetahuan atribut produk adalah ukuran, model, warna, bau/ aroma dan kemampuan.
2. Pengetahuan tentang manfaat produk. Jenis pengetahuan produk yang kedua adalah pengetahuan tentang manfaat produk. Pengetahuan manfaat produk merupakan suatu hal yang penting bagi konsumen, karena pengetahuan ini akan mempengaruhi keputusan pembelinya. Di mana indikator dari pengetahuan manfaat produk adalah manfaat fungsional, manfaat psikologis, manfaat teknis dan juga manfaat ekonomis.
3. Pengetahuan tentang risiko produk. Pengetahuan risiko disini adalah pengetahuan mengenai risiko yang didapat dalam mengkonsumsi sebuah produk yang harus diketahui terlebih dahulu oleh konsumen sebelum membeli produk tersebut. Di mana indikator dari pengetahuan risiko produk adalah risiko fungsional, risiko keuangan, risiko fisik, risiko psikologis, risiko sosial, risiko waktu, risiko hilangnya kesempatan dan risiko moral.

¹⁷Paul Peter dan Jerry C. Olson, *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*, (Jakarta: Salemba Empat, 2014), h. 65-67.

4. Pengetahuan tentang kepuasan yang diberikan produk bagi konsumen untuk mengetahui suatu kepuasan yang diberikan produk kepada konsumen adalah jika produk tersebut telah digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen. Agar produk tersebut bisa memberikan kepuasan yang maksimal kepada konsumen, maka konsumen harus bisa menggunakan atau mengkonsumsi produk dengan benar.¹⁸

Pengetahuan Produk tentang perbankan syariah meliputi:

1. Akad, kehalalan dari produk keuangan adalah kejelasan akad. Oleh sebab itu, bank harus mampu menjelaskan tentang akad apa yang dibutuhkan oleh penabung. Apakah *mudharabah* atau *wadiah*, agar masyarakat mampu memilih karena dalam proses pengambilan keputusan ada faktor proses berpikir di dalamnya.
2. Nisbah, keuntungan menjadi salah satu faktor penting untuk membuat masyarakat tertarik dengan produknya, maka bank harus mampu menjelaskan hitung-hituangan perjanjian nisbah kepada nasabah, agar tidak terjadi kesalah pahaman, misalnya masyarakat hanya mengetahui tentang persentase bunga, maka bank harus menganalogikan *nisbah* ke persentase keuntungan.
3. Fasilitas, tidak lengkap rasanya jika produk keuangan hari ini tidak disertai dengan fasilitas, seperti layanan ATM, Internet Banking, SMS Banking, dan lain-lain. Dengan pengetahuan tersebut masyarakat dapat membandingkan produk mana yang tepat untuk investasi mereka.

E. Pelayanan

1. Pengertian Pelayanan

Pelayanan itu adalah Islam sendiri kenapa demikian? karena Al-Qur'an mengajarkan kejujuran, kesopanan dan nilai lain dalam proses pelayanan sudah ditemukan ajaran Islam. Sebagaimana Allah mengatakan di dalam Alquran Surah Al-maidah Ayat 2:

¹⁸*Ibid.*, h. 68-77.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَحِلُّوا شَعَائِرَ اللَّهِ وَلَا أَسْهَرَ الْحَرَامِ وَلَا الْهَدْيَ وَلَا
 الْقُلُودَ وَلَا ءَامِينَ الْبَيْتِ الْحَرَامِ يَبْتَغُونَ فَضْلًا مِّن رَّبِّهِمْ وَرِضْوَانًا وَإِذَا
 حَلَلْتُمْ فَاصْطَادُوا وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ أَن صَدَّقْتُمْ عَنِ الْمَسْجِدِ
 الْحَرَامِ أَن تَعْتَدُوا وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ
 وَالْعُدُوٰنِ ؕ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

Artinya : “...dan tolong menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan taqwa, dan jangan kamu tolong menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah berat sisksaanya”

Al-Qur’an memerintahkan secara jelas agar kaum muslimin bersifat lemah lembut dan sopan santun manakala berbicara dan melayani pelanggan, karena baik buruknya perilaku bisnis para pengusaha menentukan sukses dan gagalannya bisnis yang dijalankan.

Menurut M. Napis Djunaedi, pelayanan dalam bahasa Arab dikenal istilah *khidmah*. Pelayanan merupakan jiwa dalam bisnis syariah. Al-Qur’an memerintahkan dengan sangat ekspesif agar kaum muslim bersifat lembut dan sopan santun, manakala berbicara dan melayani pelanggan. Hal ini ditegaskan dalam QS Ali- Imran (3): 159.

مِن لَّأَنْفَضُوا الْقُلُوبِ غَلِيظًا فَطَآ كُنْتَ وَلَوْ ۗ لَهُمْ لِنْتَ اللهُ مِنْ رَحْمَةٍ فِيمَا
 عَزَمْتَ فَإِذَا ۗ الأَمْرِ فِي وَشَاوِرُهُمْ لَهُمْ وَاسْتَعْفِرَ عَنْهُمْ فَاعْفُ ۗ حَوْلِكَ
 الْمُتَوَكِّلِينَ يُحِبُّ اللهُ إِنَّ ۗ اللهُ عَلَىٰ فَتَوَكَّلْ

Artinya : “Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakallah kepada

Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakal kepada-Nya".¹⁹

Secara etimologis, *linta* terambil dari akar kata *al-lin* yang berarti "lemah lembut", lawan *al-khusyunah* atau kasar. Pada asalnya kata *lin* diperuntukan bagi benda-benda yang bersifat *hissi* (materi), namun akhirnya digunakan untuk hal-hal yang maknawi seperti akhlak. *Linta* berarti "kamu lemah lembut" ayat 159 ini menjelaskan, hanyalah karena rahmat Allah, Rasulullah dapat memiliki sikap lemah lembut dan tidak kasar terhadap para pengikutnya (para sahabat) meskipun mereka melakukan kesalahan dalam perang uhud, dengan meninggalkan posisi yang strategis di atas bukit, hal ini menyebabkan kegagalan dipihak kaum muslimin. Dengan sikap ini, orang-orang yang ada di sekelilingnya tidak akan menjauh dan akan semakin dekat dengannya.

Menurut Ibnu Kaisan, *Maa* adalah *Maa Nakirah* yang berada pada posisi majrur dengan sebab ba', sedangkan *Rahmatin* adalah badalnya. Maka makna ayat adalah ketika Rasulullah SAW bersikap lemah-lembut dengan orang yang berpaling pada perang uhud dan tidak bersikap kasar terhadap mereka maka Allah SWT menjelaskan bahwa beliau dapat melakukan itu dengan sebab taufik-Nya kepada beliau.

Menurut Tafsir Al- Azhar di dalam ayat ini bertemulah pujian tinggi dari Allah terhadap Rasul-Nya, karena sikapnya lemah lembut, tidak lekas marah kepada umatnya yang tengah dituntun dan di didiknya iman mereka lebih sempurna. Sudah demikian kesalahan beberapa orang yang meninggalkan tugasnya. Karena lupa akan harta itu, namun Rasulullah tidak terus marah-marah saja. Melainkan dengan jiwa besar mereka dipimpin. Dalam ayat ini Allah menegaskan sebagai pujian pada Rasulullah, bahwasanya sikap yang lemah lembut itu, ialah karena didalam dirinya telah dimasukan oleh Allah rahmat-Nya.

Dengan sanjungan Allah yang sangat tinggi kepada Rasul-Nya, karena lemah lembut-Nya itu, berarti bahwa Allah senang sekali jika sikap itu diteruskan.

¹⁹Abdul Malik Mujahid, *Al-Qur'an Dan Terjemahnya*, (Jakarta: Darussalam, 2006), h. 375-376.

Pemimpin yang kasar dan berkeras hati atau kaku sikapnya, akan seganlah orang menghampiri dan orang akan menjauh satu per satu.

Pelayanan adalah usaha untuk menyediakan segala sesuatu yang diperlukan oleh orang lain yaitu pembeli atau dalam perbankan ialah nasabah. Dalam KBBI pelayanan adalah usaha untuk membantu menyiapkan atau mengurus apa yang diperlukan orang lain. Menurut Suparlan (2003: 47) pelayanan ialah usaha pemberian bantuan ataupun pertolongan pada orang lain, baik berupa materi ataupun juga non materi agar orang tersebut bisa mengatasi masalahnya sendiri, kemudian menurut Kotler (2018: 464) pelayanan (*service*) adalah sebagai suatu tindakan ataupun kinerja yang bisa diberikan pada orang lain. Pelayanan bisa di klasifikasikan menjadi dua yaitu:

- a. *Hight contact service*, ialah sebuah klasifikasi dari pelayanan jasa di mana kontak diantara konsumen selalu terlibat di dalam sebuah proses dari layanan jasa tersebut.
- b. *Low Contack Service*, ialah klasifikasi pelayanan jasa di mana kontak di antara konsumen tidak terlalu tinggi. *Physical contact* dengan konsumen hanyalah terjadi di *front desk* yang termasuk ke dalam klasifikasi *low contact service*. Misalnya ialah lembaga keuangan²⁰ Ia juga menspesifikasikan pendekatan untuk meningkatkan pelayanan di antaranya mengharuskan para penyedia jasa bekerja lebih keras dengan keahlian yang lebih tinggi. Bekerja lebih keras bukanlah merupakan pemecahan yang tepat, tetapi bekerja dengan keaslian yang tinggi, yang dapat dilakukan melalui prosedur, seleksi dan pelatihan yang baik. Meningkatkan pelayanan dengan melepaskan beberapa mutu. Mengindustrialisasikan pelayanan dengan menambahkan peralatan dan melakukan standarisasi produksi. Mengurangi pelayanan dengan melakukan suatu pemecahan produk. Mendesain pelayanan yang lebih efektif. Memberikan konsumen insentif dengan menukarkan pekerjaan yang biasa dilakukan oleh karyawan perusahaan untuk dikerjakan sendiri.

²⁰*Ibid.*, h. 464.

Secara lebih sederhana dijelaskan oleh Sampara dalam Sinambela (2011:5) pelayanan ialah suatu kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antara seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik, dan menyediakan kepuasan masyarakat. Menurut Kasmir, untuk meningkatkan citra perusahaan, wirausahawan perlu menyiapkan sumber daya manusia (karyawan) yang mampu memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggannya. Karyawan yang diharapkan dapat melayani keinginan dan kebutuhan pelanggan disebut *customer service* (CS) atau ada juga yang menyebutnya *service assistance* (SA).²¹

Dapat ditarik sebuah kesimpulan pelayanan adalah kegiatan atau usaha interaksi yang dilakukan oleh seseorang (penjual) dengan orang lain (pembeli) guna membantu keperluannya dan apa yang diinginkan dengan tujuan mencapai kepuasan dalam bertransaksi. Di mana di dalam masyarakat pelayan adalah salah satu faktor penunjang keputusan untuk membeli suatu barang atau jasa, bayangkan jika pelayannya tidak memuaskan sebagai contoh penjual yang tidak ramah, acuh tak acuh, dan komunikasi yang tidak berjalan maka membuat pembeli mendapat kesan pertama yang kurang baik sebaliknya kalau penjual ramah komunikasi yang baik serta penuturan harga yang tepat membuatnya percaya akan produk yang ditawarkan maka akan besar kemungkinan akan dibeli produknya. Untuk menciptakan pelayanan maka ada hal-hal perlu diperhatikan sebagaimana disebutkan oleh Kotler terdapat 5 determinan kualitas jasa ialah sebagai berikut:

- a. (*Reability*), kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati.
- b. Daya tanggap (*responsiveness*), kesigapan karyawan perusahaan dalam membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap pada pelanggan saat dibutuhkan yang meliputi antara lain: kesigapan karyawan dalam melayani pelanggan, kecepatan karyawan dalam menangani transaksi, menangani keluhan pelanggan, dan lain-lain.

²¹Kasmir, Kewirausahawan, (Jakarta: Bumi Aksara. 2008), h. 275.

- c. Keyakinan/ jaminan (*assurance*), meliputi kemampuan karyawan atas pengetahuan terhadap jasa yang disediakan secara cepat, kualitas keramahan dan kesopanan karyawan dalam memberikan pelayanan, ketrampilan dalam berkomunikasi, kemampuan dalam memberikan keamanan di dalam manfaat pelayanan jasa yang ditawarkan serta kemampuan mereka untuk menanamkan kepercayaan dan keyakinan pelanggan terhadap perusahaan.
- d. Empati (*empathy*), merupakan perhatian secara individu yang diberikan perusahaan kepada pelanggan seperti kemudahan untuk menghubungi perusahaan, kemampuan karyawan untuk berkomunikasi dengan pelanggan dengan baik dan usaha perusahaan untuk memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan.
- e. Berwujud (*tangible*), meliputi penampilan berupa fasilitas fisik, meliputi bangunan gedung, perlengkapan, ruangan front office, tersedia tempat parkir yang luas dan nyaman, kebersihan, kerapian dan kenyamanan ruangan, kelengkapan fasilitas komunikasi dan penampilan karyawan.

Bentuk-bentuk pelayanan Bank syariah dalam penghimpunan dana dapat dilihat juga melalui fasilitas yang diberikan seperti adanya layanan ATM di daerah tersebut, Internet Banking yang aman dan mudah di akses, serta Pembuatan rekening yang efisien.

2. Tujuan Pelayanan

Tujuan pelayanan adalah memberikan hal yang dapat memenuhi dan memuaskan pelanggan atau masyarakat serta memberikan fokus pelayanan kepada pelanggan. Pelayanan dalam sektor publik didasarkan pada aksioma bahwa “pelayanan adalah pemberdayaan”. Pada dasarnya setiap perbuatan yang baik tentu memiliki tujuan yang baik, sehingga akan memberikan manfaat yang baik pula. Di samping memiliki tujuan manajemen juga memberikan manfaat yang cukup banyak bagi perusahaan apabila dilakukan dengan sungguh-sungguh. Suatu perusahaan yang berdiri tentu menginginkan usaha yang dijalankan dapat hidup terus-menerus tanpa dibatasi oleh waktu, hal ini merupakan salah satu

tujuan didirikannya perusahaan. Itu dapat dilakukan dengan meningkatkan omset penjualan atau jumlah pelanggannya karena hanya dengan meningkatnya omset penjualan atau jumlah pelanggannya, tujuan dapat dicapai. Meningkatnya omset penjualan pada akhirnya akan dapat pula meningkatkan laba bagi perusahaan. Pelayanan pada sektor bisnis berorientasi profit, dan bagaimana pelanggan merasa nyaman dan mudah dalam setiap proses pelayanan yang diberikan.

F. Pendapatan Masyarakat

Pendapatan adalah seluruh penerimaan baik berupa uang maupun berupa barang yang berasal dari pihak lain maupun hasil industri yang dinilai atas dasar sejumlah uang dari harta yang berlaku saat itu. Pendapatan merupakan sumber penghasilan seseorang untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dan sangat penting artinya bagi kelangsungan hidup dan penghidupan seseorang secara langsung maupun tidak langsung (Suroto, 2000).

Secara Etimologi yang dikutip dari KBBI Pendapatan yaitu hasil kerja (usaha dan sebagainya). Para ahli juga menjabarkan pengertian pendapatan yaitu: Theodurus M.Tuanakotta (2000;152), pendapatan (*revenue*) secara umum adalah hasil dari suatu kegiatan perusahaan. Pendapatan adalah darah kehidupan suatu perusahaan. Mengingat pentingnya sangat sulit mendefinisikan pendapatan sebagai unsur akuntansi pada dirinya sendiri. Pada dasarnya pendapatan adalah kenaikan laba. Pendapatan adalah proses arus penciptaan barang atau jasa oleh suatu perusahaan selama kurun waktu tertentu, umumnya, pendapatan dinyatakan dalam satuan moneter (uang).

Menurut Niswonger (2006; 56), pendapatan adalah kenaikan kotor (*gross*) dalam modal pemilik yang dihasilkan dari penjualan barang dagang, pelaksanaan jasa kepada klien, menyewakan harta, peminjaman uang, dan semua kegiatan usaha profesi yang bertujuan untuk memperoleh penghasilan. Martani, dkk (2016; 204), pendapatan adalah penghasilan yang berasal dari aktivitas normal dari suatu entitas dan merujuk kepada istilah yang berbeda seperti penjualan, pendapatan jasa, bunga, dividen, dan *royalty*.

Maka dapat disimpulkan bahwa pendapatan adalah suatu aliran masuk atau berupa penambahan lainnya seperti uang atau barang yang berasal dari pertukaran atau produksi barang dan jasa, dan aktivitas lainnya yang memungkinkan untuk menghasilkan sesuatu yang bernilai. Pendapatan masyarakat adalah penerimaan dari gaji atau balas jasa dari hasil usaha yang diperoleh individu atau kelompok rumah tangga dalam satu bulan dan digunakan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Sedangkan pendapatan dari usaha sampingan adalah pendapatan tambahan yang merupakan penerimaan lain dari luar aktifitas pokok atau pekerjaan pokok. Pendapatan sampingan yang diperoleh secara langsung dapat digunakan untuk menunjang atau menambah pendapatan pokok.

Soekartawi menjelaskan pendapatan akan mempengaruhi banyaknya barang yang dikonsumsi, bahwa sering kali dijumpai dengan bertambahnya pendapatan, maka barang yang dikonsumsi bukan saja bertambah, tapi juga kualitas barang tersebut ikut menjadi perhatian. Misalnya sebelum adanya penambahan pendapatan beras yang dikonsumsi adalah kualitas yang kurang baik, akan tetapi setelah adanya penambahan pendapatan maka konsumsi beras menjadi kualitas yang lebih baik.²²

1. Jenis-jenis Pendapatan

Rahardja dan Manurung (2001) membagi pendapatan menjadi tiga bentuk, yaitu:

- a. Pendapatan ekonomi, yakni pendapatan yang diperoleh seseorang atau keluarga yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan tanpa mengurangi atau menambah *asset* bersih. Pendapatan ekonomi meliputi upah, gaji, pendapatan bunga deposito, pendapatan transfer dan lain-lain.
- b. Pendapatan uang, yakni pendapatan uang adalah sejumlah uang yang diperoleh seseorang atau keluarga pada suatu periode sebagai balas jasa terhadap faktor produksi yang diberikan. Misalnya sewa bangunan, sewa rumah, dan lain sebagainya.

²²Soekartawi, *Faktor-faktor Produksi*, (Jakarta: Salemba Empat, 2002), h. 132.

- c. Pendapatan Personal, yakni bagian dari pendapatan nasional sebagai hak individu-individu dalam perekonomian, yang merupakan balas jasa terhadap keikutsertaan individu dalam suatu proses produksi.

Menurut cara perolehannya, pendapatan dibedakan menjadi 2 yaitu (Tohar, 2003):

- a. Pendapatan kotor, yaitu pendapatan yang diperoleh sebelum dikurangi dengan pengeluaran biaya-biaya.
- b. Pendapatan bersih, yaitu pendapatan yang diperoleh setelah dikurangi dengan pengeluaran biaya-biaya.

2. Sumber-Sumber Pendapatan

Pemenuhan kebutuhan pokok harus dilakukan lewat upaya-upaya individu itu sendiri. Penekanan kewajiban personal bagi setiap muslim untuk memperoleh penghidupannya sendiri dan keluarganya, tanpa terpenuhi kebutuhan ini, seorang muslim tidak akan dapat mempertahankan kondisi kesehatan badan dan mentalnya serta efisiensinya yang diperlukan untuk melaksanakan kewajiban *ubudiyahnya*.²³

Ibnu Sina mengatakan bahwa adanya harta milik pribadi pada umumnya berasal dari dua jalan, yaitu:

- a. Harta warisan, yaitu harta yang diterima dari keluarga yang meninggal.
- b. Harta usaha, yaitu harta yang diperoleh dari hasil bekerja.

Lain halnya dengan harta warisan, untuk memperoleh harta seseorang harus bekerja keras untuk memperoleh harta agar dapat terus hidup. Terdapat perbedaan besar antara pekerja intelektual dan pekerja kasar, pekerja terampil dengan pekerja yang tidak terampil. Akibatnya, tingkat keseimbangan pendapatan di antara mereka akan berbeda.

Perbedaan pendapatan juga bisa timbul karena perbedaan keuntungan yang bukan berupa uang. Beberapa pekerjaan lebih menyenangkan dari pekerjaan lainnya. Hal ini disebutkan dalam surah An-Nisa ayat 32. Islam tidak percaya dalam persamaan yang tetap dalam distribusi kekayaan, karena menghendaki

²³Abdullah Zaki Al-Kaff, *Ekonomi Dalam Perspektif Islam*, (Bandung: Pustaka Setia, 2002), h. 175.

kesempatan bagi perkembangan bakat masing-masing. Rahardja dan manurung menyebutkan bahwa terdapat tiga sumber pendapatan keluarga, yaitu:

- a. Gaji dan upah, pendapatan dari gaji dan upah merupakan pendapatan sebagai balas jasa yang diterima seseorang atas kesediaannya menjadi tenaga kerja pada suatu organisasi
- b. *Asset* Produktif, pendapatan dari asset produktif adalah pendapatan yang diterima oleh seseorang atas asset yang memberikan pemasukan sebagai balas jasa atas penggunaannya.
- c. Pendapatan dari pemerintah, merupakan penghasilan yang diperoleh seseorang bukan sebagai balas jasa atas input yang diberikan. Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud pendapatan adalah penghasilan yang diperoleh tiap-tiap individu dari bekerja atau berusaha yang dapat berupa uang, barang dan lain-lain penerimaan.

G. Kajian Terdahulu

Pelaksanaan kajian terdahulu bertujuan untuk menunjukkan penelitian yang memiliki persamaan dengan yang akan diteliti, letak perbedaannya dengan yang akan diteliti sehingga jelas posisi permasalahan yang akan diteliti. Kajian terdahulu yang berhasil dipilih untuk dikedepankan adalah sebagai berikut:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No.	Penulis/ Judul/ Tahun	Persamaan	Perbedaan	Isi/ Hasil
1.	Jurnal Pengaruh Perubahan Bank Umum Syariah Terhadap Minat Menabung di Bank Aceh Syariah Pada Masyarakat Kabupaten Aceh Tenggara, Oleh Asra Idrianssyah Purba Dosen	Menggunakan metode penelitian kuantitatif, variabel yang digunakan memiliki afiliasi yang sama yaitu	Meniadakan variabel pelayanan, jumlah sample, Metode analisis, periode penelitian,	Faktor agama, faktor ekonomi dan faktor informasi berpengaruh terhadap minat menabung masyarakat di Bank Aceh Syariah yang

	<p>Fakultas Ekonomi Universitas Gung Leuser</p>	<p>Informasi (Pengetahuan Produk), dan Ekonomi (Pendapatan), Populasi, Teknik Pengumpulan data melalui Angket atau Quisioner skala likert,Perubahan Bank Konvensional ke Syariah</p>	<p>objek penelitian,dan variabel terikat berupa minat bukan keputusan</p>	<p>memiliki Koefisien Korelasi (R) 0.617 yang artinya ada pengaruh yang erat antara variabel independen (agama, Ekonomi dan Informasi) dengan variabel dependen (minat menabung) sebesar 61.7%. Koefisien determinasi (R²) menunjukkan 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. Adapun Variabel yang paling berpengaruh adalah faktor ekonomi dengan nilai koefisien regresi sebesar 0.274 yang</p>
--	---	--	---	---

				artinya faktor ekonomi memiliki faktor terbesar mendorong minat masyarakat. ²⁴
2	Pengaruh Pengetahuan dan Religiuitas Terhadap Minat Santri dalam Memilih Produk Perbankan Syariah (Studi Pada Pesantren di Aceh Besar)	Sama-sama menggunakan penelitian kuantitatif, menggunakan teknik pengumpulan data kuesioner, variabel pengetahuan suatu produk, teknik pengumpulan data melalui angket	Tempat penelitian, jumlah populasi sampel, dan menggunakan variabel bebas yaitu religiuitas, variabel terikat kompleks meliputi pengumpulan dan penyaluran dana.	Pengetahuan tidak berpengaruh terhadap minat santri memilih produk perbankan syariah pada pesantren di Aceh Besar karena $t_{hitung} 0,577 < t_{tabel} = 1,985$. pengetahuan dan religiuitas secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat santri memilih produk perbankan syariah pada pesantren di Aceh besar karena $f_{hitung} > f_{tabel} (23,030 > 3,090)$. ²⁵
3	Jurnal Persepsi Masyarakat Tentang	Waktu penelitian	Lokasi penelitian,	Masyarakat sangat antusias dengan

²⁴Asra, Pengaruh Perubahan Bank Umum Syariah Terhadap Minat Menabung di Bank Aceh Syariah Pada Masyarakat Aceh Tenggara, (2017), h. 85.

²⁵Putri, Pengaruh Pengetahuan dan Religiuitas Terhadap Minat Santri Memilih Produk Perbankan Syariah (Studi Pesantren di Aceh Besar), (2019), h. 80.

	Akan di Konversinya Bank Konvensional ke Bank Syariah di Aceh (Studi Kasus Kota Langsa) Oleh Early Ridho Kismawati dan Uun Dwi Almudattsir IAIN Langsa	setelah lahirnya <i>Qanun</i> Aceh No. 18 Tahun 2014, pembahasan respon masyarakat terhadap konversi bank konvensional ke bank syariah	populasi dan sampel serta menggunakan metode penelitian deskriptif, kualitatif, pengambilan data dengan observasi lapangan dan wawancara.	konversi Bank Konvensional ke Bank Syariah, persepsi masyarakat taat pada syariat islam yang ditetapkan pemerintah Aceh tentang keuangan syariah, namun banyak tanggapan tentang fasilitas dari bank syariah yang masih kurang dari bank konvensional. ²⁶
4	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Jumlah Peningkatan Nasabah Tabungan Seulanga Pasca Konversi Pada PT.Bank Aceh Syariah Cabang Bireun. Oleh Farah Chalisa UIN Ar-raniry Banda Aceh	Membahas peningkatan nasabah tabungan (keputusan menabung), variabel pengetahuan produk, pelayanan dan pendapatan, penelitian setelah konversi.	Menggunakan variabel bebas lingkungan sosial, metode penelitian kualitatif, lokasi penelitian.	Jumlah pendapatan yang tinggi tidak mempengaruhi dalam memiliki tabungan, tingkat pelayanan yang tinggi mempengaruhi nasabah menabung n ng, produk juga mempengaruhi masyarakat yang mengetahui adanya bonus dan nisbah

²⁶Early dan Uun, Persepsi Masyarakat Tentang Akan dikonversinya Bank Konvensional ke Bank Syariah di Aceh Studi Kasus Kota Langsa, (2018), h. 145.

				yang besar ternyata mempengaruhi tabungan seulanga di Bank Aceh Syariah, dan terakhir faktor sosial tidak mempengaruhi nasabah dalam memilih tabungan. ²⁷
5	Faktor yang mempengaruhi Keputusan Nasabah Menabung Menggunakan Akad Mudharabah di Bank BNI Syariah Oleh Iman fajar Pratama Sunan Kalijaga Yogyakarta	Kerangka pembahasan tentang keputusan menabung di bank syariah, metode kuantitatif, pengumpulan data dengan quisoner.	Lokasi dan subjek penelitian, variabel bebas iklan dan keperayaan, batasan hanya pada tabungan akad <i>mudharabah</i> .	Kontribusi variabel independen iklan dan kepercayaan, nisbah bagi hasil, dan pendapatan sebesar 57.6% sedangkan variabel lainnya berkisar 42.4%. Hal ini terinci sebagai berikut: 1. Faktor iklan -2.124 menunjukkan negatif signifikan karena informasi dan pengetahuan yang sangat minim tentang produk. 2.Faktor Citra berpengaruh tidak

²⁷ Farah Chalisa, Faktor-faktor yang mempengaruhi Jumlah Peningkatan Nasabah Tabungan Seulanga Pasca Konversi Pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang Bireun, (2019), Hal. 78

				signifikan yaitu 5.411, karena citra BNI Syariah sudah melekat dalam masyarakat. Selebihnya faktor seperti pendapatan dan nisbah bagi hasil sangat berpengaruh signifikan. ²⁸
6	Pengaruh Persepsi Nilai Pengetahuan Masyarakat Terhadap Minat Menabung Serta dampaknya pada Keputusan Menabung Pada PT.BRI Unit Suka Makmur Kabupaten Aceh Besar Oleh Usnul Khatimah Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Aceh	Metode penelitian, unsur variabel pengetahuan produk, lokasi <i>qanun</i> berlaku.	Lokasi,waktu penelitian, penelitian sebelum penerapan <i>qanun</i>	Persepsi nilai berpengaruh signifikan terhadap minat menabung, pengetahuan produk berpengaruh signifikan terhadap minat menabung, dan minat menabung secara tidak langsung berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung ²⁹

²⁸Iman fajar,Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menabung menggunakan Akad Mudharabah di Bank BNI Syariah,(2016), h. 69.

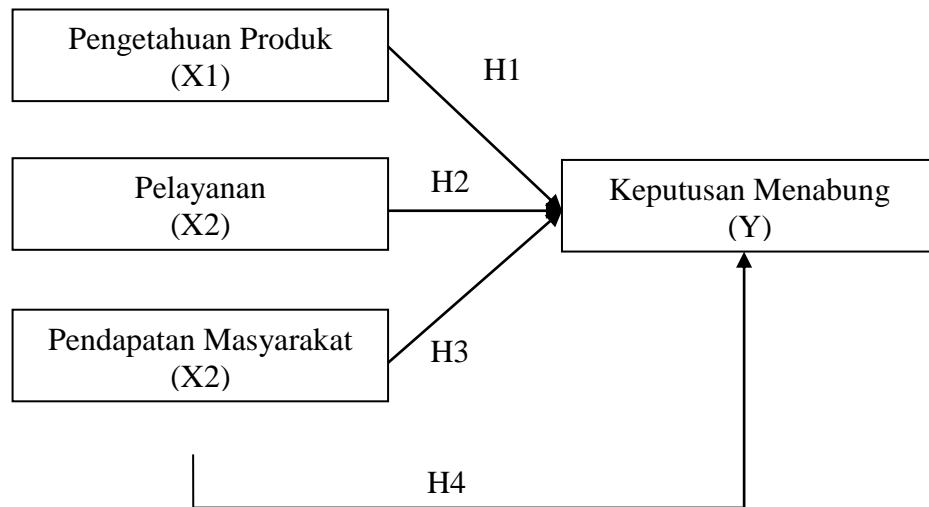
²⁹Usnul Khatimah, Pengaruh Persepsi Nilai Pengaruh Masyarakat Terhadap Minat Menabung Serta Dampaknya Pada Keputusan Menabung Pada PT BRI Unit Suka Makmur Kabupaten Aceh Besar, (2020), h .85.

Adapun beberapa perbedaan dan persamaan penelitian sekarang dengan penelitian sebelumnya, yaitu terletak pada objek penelitian dan periode waktu penelitian juga beberapa variabel bebas dan terikat. Meskipun pada umumnya ruang lingkup penelitian hampir sama dengan penelitian-penelitian sebelumnya, yaitu dengan menggunakan beberapa variabel penelitian yang sama dan metode yang sama. Dalam penelitian ini memfokuskan pada satu objek variabel yaitu keputusan menabung masyarakat setelah lahirnya *qanun* No.18 Tahun 2014 tentang lembaga keuangan syariah dengan penggunaan variabel pengetahuan produk (X_1), pelayanan (X_2), dan pendapatan masyarakat (X_3) yang berlokasi di Aceh Tenggara.

H. Kerangka Teoritis

Menganalisa faktor pengetahuan produk, pelayanan, dan pendapatan masyarakat untuk mendapatkan tolak ukur yang benar terhadap keputusan menabung pasca lahirnya *Qanun* Aceh No.11 tahun 2018 tentang lembaga keuangan syariah yang mengharuskan adanya syariahisasi seluruh lembaga keuangan terkhusus dunia perbankan di daerah Aceh, sebagai sebuah hipotesa alangkah baiknya penulis memberikan sedikit gambaran teoritis tentang metode penelitian.

Kerangka penelitian ini menjelaskan sebuah model struktural dikembangkan dalam penelitian ini dengan mengambil dimensi faktor yang mempengaruhi keputusan menabung sebagai inti dari kerangka pemikiran ini yang berpengaruh pada keputusan nasabah dalam menabung yang terdiri dari pengetahuan produk/ *product knowledge* (X_1), pelayanan/ *service* (X_2), pendapatan masyarakat/ *Income* (X_3) adalah faktor yang berpengaruh terhadap keputusan menabung (Y) masyarakat Aceh Tenggara. Berikut rancangan kerangka konseptual dalam penelitian ini:



Gambar 2.2
Kerangka Konseptual

I. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka pemikiran di atas, maka dapat dirumuskan suatu hipotesis yang merupakan dugaan sementara dalam menguji suatu penelitian, yaitu:

1. H_{01} : Tidak terdapat pengaruh pengetahuan produk terhadap keputusan menabung masyarakat Aceh Tenggara.
 H_{a1} : Terdapat pengaruh pengetahuan produk terhadap keputusan menabung masyarakat Aceh Tenggara.
2. H_{02} : Tidak terdapat pengaruh pelayanan terhadap keputusan menabung masyarakat Aceh Tenggara.
 H_{a2} : Terdapat pengaruh pelayanan terhadap keputusan menabung masyarakat Aceh Tenggara
3. H_{03} : Tidak terdapat pengaruh terdapat pendapatan masyarakat terhadap keputusan menabung masyarakat Aceh Tenggara.

- H_{a3} : Terdapat pengaruh pendapatan masyarakat terhadap keputusan menabung masyarakat Aceh Tenggara.
4. H_{o4} : Tidak terdapat pengaruh pengetahuan produk, pelayanan, dan pendapatan masyarakat terhadap keputusan menabung masyarakat Aceh Tenggara.
- H_{a4} : Terdapat pengaruh pengetahuan produk, pelayanan, dan pendapatan masyarakat terhadap keputusan menabung masyarakat Aceh Tenggara.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan dan jenis penelitian yang digunakan adalah dengan metode penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif merupakan metode untuk menguji teori-teori tertentu dengan meneliti hubungan antar variabel. Variabel-variabel ini diukur (biasanya dengan instrumen penelitian) sehingga data yang terdiri dari angka-angka dapat dianalisis berdasarkan prosedur statistik.³⁰

Di sini peneliti juga menggunakan data kuantitatif dengan model data penelitian asosiatif, penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh ataupun juga hubungan antara dua variabel atau lebih. Penelitian assosiatif merupakan dugaan/ jawaban sementara terhadap rumusan masalah yang mempertanyakan hubungan (asosiasi) antara dua variabel penelitian.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini ditujukan kepada setiap individu masyarakat Aceh Tenggara baik yang bersatus nasabah maupun yang belum di seluruh bank syariah yang ada di Aceh Tenggara. Serta waktu yang digunakan untuk menyelesaikan penelitian ini ialah dimulai pada Oktober 2020 dan selesai pada Juli 2020.

Tabel 4.1 Jadwal kegiatan Penelitian

Nomor	Kegiatan	Tahun									
		2020			2021						
		Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Juni	Juli
1	Pengajuan Penelitian Dan Proposal Penelitian										
2	Seminar Proposal										
3	Pengumpulan Data										

³⁰ Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian Skripsi, Tesis, Disertasi & Karya Ilmiah*, (Jakarta: Kencana, 2012), h. 38.

4	Analisis Data									
5	Verifikasi Data									
6	Penyusunan Laporan Penelitian									
7	Ujian Munagasah									
8	Revisi									

C. Populasi dan Sampel

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat di Kabupaten Aceh Tenggara. Dalam penelitian ini populasi yang diambil terlalu besar dan jumlahnya tidak diketahui secara pasti, sehingga penarikan sampel menggunakan rumus slovin (Slovin, 2010: 35) sebagai berikut:

Sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Ada beberapa teknik yang digunakan dalam menentukan seberapa banyak sampel, yaitu dengan menggunakan rumus Slovin sebagai berikut:

Diketahui:

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

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

1 = Konstanta

e^2 = *Standart error* atau persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih ditolerir atau diinginkan, yaitu sebesar 10%

Maka:

$$\begin{aligned} n &= \frac{N}{1+Ne^2} \\ &= \frac{220.860}{1+220.860 (0.1)^2} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
&= \frac{220.860}{2210} \\
&= 99,93 = 100
\end{aligned}$$

Jumlah populasi dalam hal ini jumlah penduduk Aceh Tenggara sebanyak 220.860 jiwa (sumber sensus penduduk tahun 2020), sehingga didapat jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 100 orang sebagai responden. Oleh karena jumlah populasinya cukup besar, maka perlu dibatasi dengan menggunakan sampel. Cara pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan sampel *random sampling (multistage random sampling)* adalah penggunaan berbagai *random sampling* secara bersama sama dengan seefisien dan seefektif mungkin. Cara ini digunakan pada penelitian masalah social yang kompleks. Teknik pengambilan sampel yang digunakan ialah *convience sampel* atau biasa disebut dengan *accidental sampling*. Artinya dalam memilih sampel peneliti tidak mempunyai pertimbangan lain kecuali berdasarkan kemudahan saja. Seseorang diambil sebagai sampel karena kebetulan orang tadi ada di situ atau kebetulan kenal dengan orang tersebut.

D. Data Penelitian

Untuk menunjang kelengkapan pembahasan dalam penulisan proposal ini. Penulis memperoleh data yang bersumber dari data primer. Data primer menurut Sugiyono adalah sumber data langsung memberikan data pada pengumpul data. Data yang digunakan sebagai dasar dalam penelitian ini sebagai dasar untuk menguji hipotesis adalah data yang diperoleh langsung dari subjek yang diteliti. Data ini diperoleh dari, hasil observasi secara langsung, wawancara, penyebaran angket kepada pihak lain.³¹

Data primer diperoleh melalui observasi langsung dan data dari kuesioner yaitu berupa hasil jawaban responden atas kuesioner yang diajukan kepada masyarakat Aceh Tenggara. Tujuannya adalah untuk mengetahui pengetahuan

³¹Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung : Penerbit CV. Alfabeta, 2008), h. 86

serta pelayanan di bank syariah dan informasi pribadi tentang pendapatan masyarakat.

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Dalam hal ini peneliti akan membagikan ataupun menyebarkan angket kepada nasabah baik yang sedang ingin melakukan transaksi maupun yang berada di dalam bank ataupun yang sudah melakan transaksi di bank dan yang belum pernah bertransaksi dengan Bank. Lalu kuesioner juga akan dilengkapi dengan menggunakan skala *Likert 5 point* berbentuk *checklist*. Skala likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang tentang suatu objek atau fenomena tertentu. Ada beberapa pilihan dari lima alternatif yang ada, yaitu:

- a. 1 point = Sangat Tidak Setuju
- b. 2 point = Tidak Setuju
- c. 3 point = Kurang Setuju
- d. 4 point = Setuju
- e. 5 point = Sangat Setuju

2. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan dilakukan untuk mengumpulkan data dan informasi dengan bantuan bermacam-macam buku yang memberikan landasan bagi perumusan hipotesis, penyusunan kuesioner, dan pembahasan teoritis.³²

3. Studi Dokumentasi

Metode ini digunakan untuk memperoleh data tentang sejarah Aceh Tenggara, informasi daerah seperti jumlah penduduk, logo daerah dan budayanya.

F. Defenisi Operasional

³²Anwar Sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis*, (Jakarta: Salemba Empat, 2012), h. 104.

Defenisi operasional bertujuan untuk mendeteksi sejauh mana variabel pada suatu atau lebih faktor lainnya dan juga untuk mempermudah dalam membahas dalam penelitian yang akan dilakukan.

1. Pengetahuan Produk (X₁)

Pengetahuan produk mengacu pada jumlah informasi konsumen yang telah disimpan dalam dirinya atau ingatannya tentang kelas produk tertentu, bentuk produk, merek, model dan cara-cara mereka untuk membeli. Pengetahuan produk dalam perbankan artinya sejauh mana calon nasabah atau nasabah memahami informasi produk yang di tawarkan, berupa akad, *nisbah*, fasilitas, dan ketentuan lainnya.

2. Pelayanan (X₂)

Pelayanan adalah suatu kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antara seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik, dan menyediakan kepuasan masyarakat di Bank Syariah yang ada di Aceh Tenggara.

3. Pendapatan Masyarakat (X₃)

Pendapatan masyarakat adalah penerimaan dari gaji atau balas jasa dari hasil usaha yang diperoleh individu atau kelompok rumah tangga dalam satu bulan dan digunakan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari.

4. Keputusan Menabung Masyarakat Aceh Tenggara (Y)

Keputusan didefinisikan sebagai suatu pemilihan tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif, dengan kata lain orang yang mengambil keputusan harus mempunyai satu pilihan dari beberapa alternatif yang ada dimana terdapat proses berpikir dan mempertimbangkan sesuatu yang lebih menarik atau lebih dibutuhkan. Keputusan menabung adalah tindakannya ,dimana pelaku sudah menabung atau belum.

Tabel 3.1
Defenisi Operasional

No.	Variabel	Defenisi Operasional	Indikator	Item
-----	----------	----------------------	-----------	------

1.	Pengetahuan produk/ <i>product knowlade</i> (X_1)	Pengetahuan tentang perbedaan produk bank konvensional dan bank syariah dan keunggulan dari produk.	<p>1. Mengetahui perbedaan bunga dan <i>nisbah</i>.</p> <p>2. Mengetahui akad yang digunakan dalam menabung.</p> <p>3. Mengetahui <i>nisbah</i> halal dan bunga haram.</p> <p>4. Mengetahui informasi tentang produk tabungan.</p> <p>5. Mengetahui keuntungan sisi spiritual dan material menabung di bank syariah</p>	<p>1</p> <p>2</p> <p>3</p> <p>4</p> <p>5</p>
2.	Pelayanan/ <i>Service</i> (X_2)	Kesanggupan untuk membantu dan menyediakan pelayanan secara cepat dan tepat serta tanggap terhadap keinginan konsumen,serta fasilitas yang disediakan setelah dirubah menjadi bank syariah	<p>1. Kepuasan masyarakat setelah dikonversi atau sudah menjadi syariah.</p> <p>2. Fasilitas ATM setelah menjadi bank syariah.</p> <p>3. Pelayanan setelah menjadi bank syariah.</p> <p>4. Kesalahan jaringan atau delay sistem setelah menjadi bank syariah.</p> <p>5. Pelayanan semakin membaik setelah konversi ke bank syariah</p>	<p>1</p> <p>2</p> <p>3</p> <p>4</p> <p>5</p>
3.	Pendapatan Masyarakat/ <i>People income</i> (X_3)	Jumlah Penghasilan perbulan dan kesanggupan masyarakat dalam	1. Dengan penghasilan yang tinggi masyarakat baru mulai menabung di bank karena sudah	1

		menyisihkan penghasilannya untuk ditabung dan kontribusi bank dalam peningkatan ekonomi	berbasis syariah. 2. Dengan penghasilan rendah masyarakat tetap menabung di bank karena berbasis syariah. 3. Bank syariah memberikan keuntungan materil setelah konversi menjadi syariah. 4. Menabung di Bank syariah merubah perilaku konsumtif menjadi produktif. 5. Menabung di bank syariah memberikan dampak positif terhadap pendapatan masyarakat	2 3 4 5
4.	Keputusan Menabung (Y)	Hasil evaluasi setelah mengetahui produk, pelayanan, dan pendapatan setelah Bank dikonversi menjadi syariah.	1. Pengetahuan produk yang tinggi menjadi faktor masyarakat dalam menabung. 2. Pelayanan yang memuaskan menjadi faktor masyarakat memutuskan menabung. 3. Faktor pendapatan menjadi pertimbangan masyarakat memutuskan menabung. 4. Pengetahuan produk yang tinggi tidak	1 2 3 4

			menjadi faktor dalam proses masyarakat memutuskan menabung di bank syariah	
			5. Faktor syariah menjadi faktor utama masyarakat dalam menabung.	5

G. Teknik Analisa Data

Untuk mendukung hasil penelitian, data penelitian yang diperoleh akan dianalisis dengan alat statistik melalui bantuan *software SPSS Statistics*. Adapun pengujian-pengujian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Menurut Duwi, uji validitas item digunakan untuk mengukur ketepatan suatu item dalam kuesioner atau skala, apakah item-item pada kuesioner tersebut sudah tepat dalam mengukur apa yang ingin diukur, atau bisa melakukan penilaian langsung dengan metode *pearson correlation* atau metode *corrected item-total correlation*.³³

Metode uji validitas ini dengan cara mengkorelasikan masing-masing skor item dengan skor total item. Skor total item adalah penjumlahan dari keseluruhan item. Pengujian validitas instrumen dilakukan dengan menggunakan *SPSS Statistics* dengan kriteria sebagai berikut:

- 1) Jika r hitung $>$ r tabel, maka pertanyaan tersebut dinyatakan valid.
- 2) Jika r hitung $<$ r tabel, maka pertanyaan tersebut dinyatakan tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

³³ Duwi Priyatno, *SPSS Analisis Statistik Data Lebih Cepat Lebih Akurat*, (Yogyakarta: Medikom, 2011), h. 24.

Menurut Duwi, reliabilitas merupakan tingkat keandalan suatu instrumen penelitian. Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang.

Pengujian yang dilakukan dengan menggunakan *SPSS Statistics*. Butir pertanyaan sudah dinyatakan valid dalam uji validitas akan ditentukan reliabilitasnya dengan kriteria sebagai berikut:

- 1) Jika *cronbach's alpha* > r tabel, maka pertanyaan reliabel.
- 2) Jika *cronbach's alpha* < r tabel, maka pertanyaan tidak reliabel.

2. Analisa Deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Statistiki deskriptif merupakan penyajian data melalui tabel, perhitungan penyebaran data melalui perhitungan rata-rata dan standar deviasi, perhitungan persentase.

a. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah uji statistik untuk mengukur sejauh mana sebuah model regresi dapat disebut sebagai model yang baik. Model regresi disebut sebagai model yang baik jika model tersebut memenuhi asumsi-asumsi klasik yaitu multikolinieritas, autokorelasi, heterokedastisitas dan normalitas.³⁴

1) Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk melihat apakah suatu data distribusi secara normal atau tidak. Tujuan uji normalitas adalah mengetahui apakah model regresi variabel pangganggu atau residual memiliki distribusi normal. Data yang baik dan layak digunakan dalam penelitian adalah data yang memiliki distribusi normal (parafrase). Ada beberapa cara untuk mengujinya, salah satunya dengan analisa grafik. Dengan metode grafik kita dapat melihat data yang digunakan memberikan

³⁴ Nur Ahmadi Bi Rahmani, *Metodologi Penelitian Ekonomi*, (Medan: Febi UINSU Press, 2016), h. 93.

distribusi normal atau tidak dengan melihat grafik histogram dan *normal probability plot*.³⁵ Melihat *probability plot* adalah sebagai berikut:

- a) Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- b) Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.³⁶

Cara lain untuk mendekteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak adalah dilakukan *kolmogrov-smirnov test* yang terdapat pada program SPSS. Distribusi data dapat dikatakan normal apabila signifikan $> 0,05$. Berikut ini adalah kriteria penilaian untuk uji Kolmogorov-smirnov:

- Jika nilai sig $> 0,05$ maka dapat dikatakan normal
- Jika nilai sig $< 0,05$ maka dapat dikatakan tidak normal.

2) Uji Multikolinieritas

Tujuan digunakannya uji ini adalah untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Jika terdapat atau terjadi korelasi, maka dinamakan terdapat problem multikolinieritas (multiko). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independent. Kriteria yang digunakan yaitu apabila nilai *tolerance* $> 0,1$ atau VIF < 10 maka tidak terjadi multikolinieritas.³⁷ Adapun kriteria penilaian sebagai berikut:

- Jika nilai VIF < 10 atau nilai *tolerance* $> 0,1$ maka tidak terjadi multikolinieritas
- Jika nilai VIF > 10 atau nilai *tolerance* $< 0,1$ maka terjadi multikolinieritas

3) Uji Heteroskedastisitas

³⁵ Duwi Priyatno, *SPSS Analisis Statistik Data Lebih Cepat Lebih Akurat*, (Yogyakarta: Medikom, 2011), h. 204

³⁷ *Ibid.*, h. 206.

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi atau terdapat ketidaksamaan varians dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari nilai residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut dengan *homokedastisitas*. Dan jika varians berbeda dari satu pengamatan ke pengamatan yang lainnya, maka disebut *heteroskedastisitas*. Model regresi yang baik adalah tidak terkena heteroskedastisitas. Uji ini dilakukan dengan melihat grafik *scatterplot*. Jika titik-titik menyebar secara acak dan tidak terbentuk suatu pola maka tidak terjadi heteroskedastisitas.³⁸

Uji lain yang digunakan untuk melihat gejala heterokedastisitas adalah dengan menggunakan uji glejser dengan kriteria penilaian sebagai berikut:

- Jika nilai sig > 0,05 maka tidak terkena heterokedastisitas
- Jika nilai sig < 0,05 maka terkena heterokedastisitas

4) Analisis Regresi Linier Berganda

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian adalah analisis regresi linier sederhana. Analisis regresi linier sederhana adalah hubungan secara linear antara satu variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Data yang digunakan biasanya berskala interval atau rasio. Rumus regresi linear sederhana sebagai berikut:³⁹

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

Keterangan:

Y = Keputusan Menabung Masyarakat

X₁ = Pengetahuan Produk,

X₂ = Pelayanan

³⁸ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*. (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011), h. 170.

³⁹ *Ibid*, h.174

X_3 = Pendapatan Masyarakat,

a = Konstanta (nilai Y' apabila $X = 0$)

b = Koefisien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)

b. Pengujian Hipotesis

Uji hipotesis adalah prosedur untuk menguji pendugaan suatu fenomena dari perilaku konsumen atau perilaku pasar. Pengujian hipotesis pada penelitian ini menggunakan uji t, uji F dan uji determinasi.

1) Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam memperjelas variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi yaitu di antara nol dan satu. Nilai (R^2) kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel amat terbatas. Penggunaan koefisien determinasi menyimpang terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan ke dalam model. Setiap ditambahkan satu variabel independen, maka (R^2) pasti meningkat, tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Untuk mengevaluasi model regresi terbaik, peneliti mengacu pada nilai *Adjusted* (R^2). Nilai *Adjusted* (R^2) bisa saja naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan ke dalam model.⁴⁰

2) Uji-F

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Penelitian ini dilaksanakan melihat pada ANOVA yang membandingkan *mean of squares* dari regresi dan *mean of squares* dari residual, sehingga mendapatkan hasil yang dinamakan F_{hitung} .⁴¹ Sebagai dasar pengambilan keputusan dapat digunakan kriteria pengujian sebagai berikut.

1) Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan tingkat signifikansi $< \alpha = 0.05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, menyatakan bahwa semua variabel independen secara bersamaan dan signifikan mempengaruhi variabel dependen.

⁴⁰*Ibid*, h. 250.

⁴¹*Ibid*, h. 252

- 2) Apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ dan tingkat signifikansi $> \alpha = 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, menyatakan bahwa semua variabel independen secara bersamaan dan signifikan tidak mempengaruhi variabel dependen.

3) Uji-T

Uji statistik T pada dasarnya memperlihatkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas secara sendiri dalam menerangkan variasi variabel terikat Ghozali (2011). Penelitian ini dilakukan dengan melihat pada *Quick Look* dan juga membandingkan nilai statistik T dengan titik kritis menurut tabel dengan tingkat $\alpha = 5\%$. Sebagai dasar pengambilan keputusan dapat digunakan kriteria pengujian sebagai berikut :⁴²

- 1) Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan tingkat signifikansi $< \alpha = 0,05$, maka variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen.
- 2) Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan tingkat signifikansi $> \alpha = 0,05$, maka variabel independen secara individual tidak mempengaruhi variabel dependen.

⁴²*Ibid.*, h. 248.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum

1. Qanun No. 11 Tahun 2018

Salah satu produk aturan tambahan dari Peraturan daerah ataupun undang-undang, Aceh di istimewakan dengan *Qanun* yang aturannya setara peraturan daerah menindak lanjuti dari *qanun* No.18 Tahun 2014 tentang syariat Islam di Aceh maka semua lini kehidupan harus berlandaskan syariat. Kemudian ketika bank daerah Aceh sudah di syariahkan, para tokoh agama yang konsisten dengan syariat Islam mulai menggagas penghilangan sistem ribawi dalam transaksi keuangan maka teretuslah *Qanun* No.11 Tahun 2018⁴³, yang inti dari aturan ini adalah seluruh lembaga keuangan baik bank maupun non bank harus segera di ubah sistemnya menjadi syariah dalam jangka waktu tiga tahun.

2. Kabupaten Aceh Tenggara

Secara geografis, Kabupaten Aceh Tenggara terletak antara 3055'23"-4016'37" LU dan 96043'23'-98010'32" BT. Di sebelah utara berbatasan dengan dengan Kabupaten Gayo Lues, di sebelah timur dengan Provinsi Sumatera Utara dan Kabupaten Aceh Timur, di sebelah selatan dengan Kabupaten Aceh Selatan, Kabupaten Aceh Singkil dan Provinsi Sumatera Utara, dan di sebelah barat dengan Kabupaten Aceh Selatan. Kutacane merupakan pintu masuk ke Taman Nasional Gunung Leuser (TNGL) dari wilayah Aceh, dapat dicapai lebih kurang 5-6 jam lewat darat melalui Kabupaten Karo dari Medan, Sumatera Utara.

Wilayah Kabupaten Aceh Tenggara (Agara) terletak di ketinggian 25-1000 meter di atas permukaan laut, berupa daerah perbukitan dan pegunungan. Sebagian kawasannya merupakan daerah suaka alam Taman Nasional Gunung Leuser. Suhu udara berkisar antara 25 sampai 32 Celsius, dengan luas wilayah 4.231.43 km². Dalam sejarah panjang pemerintahan Kabupaten Aceh Tenggara,

⁴³ *Qanun* Aceh No.11 Tahun 2018 tentang Lembaga keuangan syariah terdapat pada lampiran. *Sumber Website Resmi Pemprov Aceh.*

bermula dari disusunnya pemerintahan di seluruh Aceh pada awal tahun 1946 dengan mengelompokkan daerah-daerah yang berada “di tengah” Aceh, yakni Takengon, Gayo Lues, dan Tanah Alas ke dalam satu keluhakan yang disebut Keluhakan Aceh Tengah. Ibukota keluhakan direncanakan digilir setiap enam bulan antara Takengon, Blangkejeren, dan Kutacane. Jarak yang sangat jauh dan waktu tempuh yang sangat lama antara Kutacane ke Takengon, sekitar 250 km ditempuh dalam waktu 5-8 hari dengan jalan kaki, atau kalau menggunakan kendaraan harus melalui Medan, Aceh Timur, dan Aceh Utara dengan menempuh jarak sekitar 850 km, menyebabkan pelaksanaan pemerintahan tidak berjalan efektif. Terlebih lagi pada tanggal 21 September 1953 meletus Peristiwa Aceh (Daud Bereueh), yang mendorong beberapa tokoh yang berasal dari Sumatera Utara mencoba memasukkan daerah Tanah Alas ke dalam wilayah Sumatera Utara. Namun upaya ini tidak mendapat dukungan dari rakyat di Tanah Alas. Pada tahun 1956 Pemerintah Pusat menyadari bahwa salah satu penyebab meletusnya Peristiwa Aceh adalah dileburnya Provinsi Aceh ke dalam propinsi Sumatera Utara dan memutuskan untuk mengembalikan status propinsi kepada Aceh.

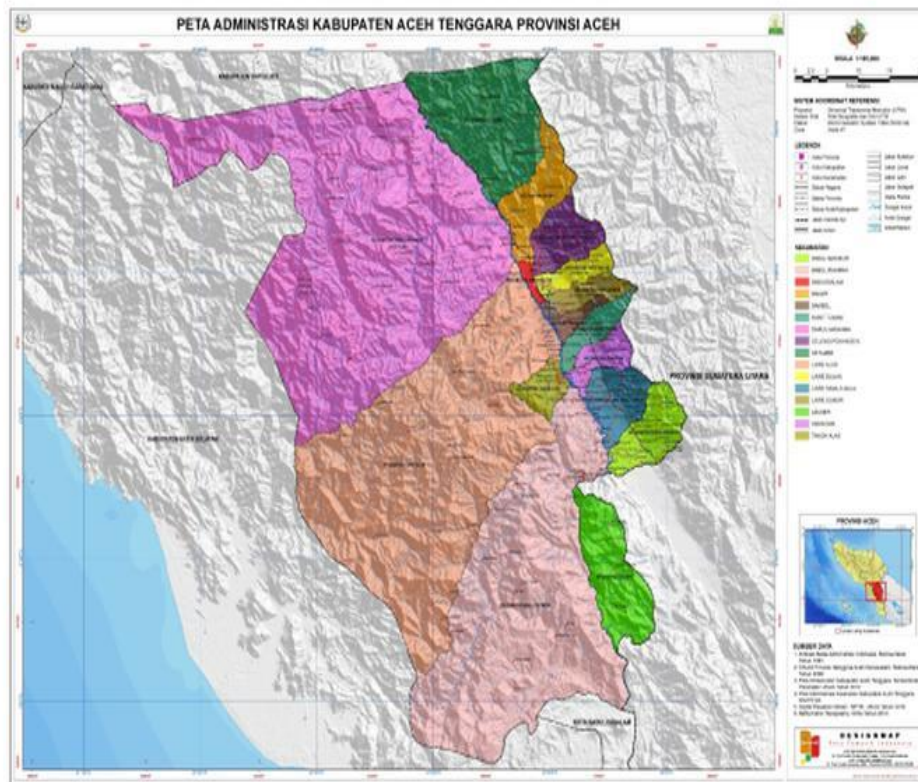
Hal ini semakin mendorong pemimpin di Tanah Alas dan Gayo Lues untuk membentuk kabupaten sendiri, terlepas dari Kabupaten Aceh Tengah. Setelah melalui perjuangan tanpa kenal lelah, akhirnya Mayor Syahadat berhasil meyakinkan Pangkowi I Letjend. Koesno Oetomo untuk secara de facto menyatakan mengesahkan Daerah Tanah Alas dan Gayo Luas Menjadi Kabupaten Aceh Tenggara pada tanggal 14 Nopember 1967. Pada tahun 1974, setelah berjuang selama 17 tahun sejak tahun 1956, Pemerintah akhirnya menerbitkan UU No. 4 tahun 1974 tentang Pembentukan Kabupaten Aceh Tenggara dan peresmiannya dilakukan oleh Menteri Dalam Negeri H. Amir Machmud pada tanggal 26 Juni 1974 dalam suatu acara yang khidmat di Kutacane. Pada hari itu juga Gubernur Daerah Istimewa Aceh A. Muzakkir Walad melantik Mayor Syahadat sebagai Pejabat Bupati Kabupaten Aceh Tenggara. Pada tanggal 24 Juli 1975 Mayor Syahadat secara definitif diangkat sebagai Bupati Aceh Tenggara yang pertama.

Bupati berikutnya setelah H. Syahadat (menjabat sejak tahun 1975 sampai 1981) adalah T. Djohan Syahbudin, SH, (periode 1981-1986), Drs. H. T. Iskandar, (periode 1986-1991), Drs. H. Syahbuddin BP (periode 1991-2001), H. Armen Desky (periode 2001-2006), Ir. Hasanuddin B dan Drs.H.Raidin Pinim (2017–sekarang).Kemudian pada tanggal 10 April 2002 kabupaten ini dimekarkan menjadi Kabupaten Aceh Tenggara dan Kabupaten Gayo Lues berdasarkan Undang-Undang Nomor 4 Tahun 2002.

Secara administratif, sejak terbentuk pada tahun 1974 sampai dengan tahun 2013, Kabupaten Aceh Tenggara terbagi dalam 16 kecamatan dan 385 desa. Sebanyak 282 desa diantaranya terletak di lembah dan 103 desa terletak di kawasan lereng Taman Nasional Gunung Leuser dan Bukit Barisan. Enam belas kecamatan yang ada di Aceh Tenggara adalah: Lawe Alas, Lawe Sigala-Gala, Babul Makmur, Babel, Babussalam, Badar, Darul Hasanah, Lawe Bulan, Bukit Tusam, Semadam, dan Babul Rahmah, Deleng Pokhkisen, Tanoh Alas, Leuser, Ketambe, Babul Makmur dan Lawe Sumur.⁴⁴

Kabupaten Aceh Tenggara yang dikenal sebagai Lembah Alas, sangat kaya akan objek-objek wisata. Pengembangan pariwisata di Aceh Tenggara diarahkan pada pemanfaatan sektor pariwisata untuk meningkatkan pendapatan asli daerah dengan penekanan pada pariwisata alam (natural tourism). Sasaran dari pembangunan pariwisata adalah meningkatkan arus kunjungan wisatawan mancanegara dan wisatawan domestik dari tahun ke tahun.

⁴⁴ <http://acehtenggarakab.go.id/halaman/peta-dan-topografi> di akses pada tanggal 27 maret 2021



Gambar 4.2

Peta Administrasi Kabupaten Aceh Tenggara Provinsi Aceh

Sumber: Website Resmi Pemkab Aceh Tenggara

Pada tahun 2020 tercatat jumlah penduduk Aceh Tenggara berjumlah 220.860 jiwa (Sumber Sensus Penduduk 2020) ,dan secara geografis letak seperti lembah membuat pendapatan masyarakat dominan di bidang pertanian,dan sisanya pekerjaan lain seperti perikanan,perdagangan,pegawai negeri dan pegawai swasta.

3. Jumlah Bank di Aceh Tenggara

Pada awalnya jumlah Bank yang ada di Aceh Tenggara ada 9 lembaga perbankan,namun dikarenakan ketatnya persaingan usaha membuat Bank Muamalat di tutup. Sisanya seperti Bank Bank Rakyat Indonesia, Bank Aceh Syariah, Bank Btpn, BPRS Mustaqim, BPRS Amanah, dan di tambah Bank BNI yang baru beroperasi dua tahun terakhir.

Berikut daftar lokasi Bank Rakyat Indonesia yang ada di Aceh Tenggara:

Tabel 4.1
Alamat Kantor Bank Rakyat Indonesia di Aceh Tenggara

No.	Nama Kantor	Alamat
1.	Kantor Cabang BRI Kutacane	Jl. Iskandar Muda No.14 ,Kutacane ,Aceh Tenggara
2.	BRI Unit Kota Kutacane	Jl.Jend.Ahmad Yani No.113 ,Kutacane Aceh Tenggara
3.	BRI Unit Nusantara	Jl. Jend.Ahmad Yani No.88 ,Kutacane,Aceh Tenggara
4.	BRI Unit Leuser	Jl. Jend Ahmad Yani No.09, Kutacane,Aceh Tenggara
5.	BRI Unit Lawe Sigala-gala	Jl.Lawe Sigala-gala Tmr Aceh Tenggara
6.	BRI Unit Kutapanjang	Jl. Kuta Panjang,Kutacane,Aceh Tenggara
7.	BRI Unit Perbatasan	Jl.Medan-Banda Aceh,Simpang Semadam,Kec.Semadam,Aceh Tenggara

Sumber www.alamatbank.com

Berikut daftar lokasi Bank Negara Indonesia yang ada di Aceh Tenggara:

Tabel 4.2
Alamat Kantor Bank Negara Indonesia di Aceh Tenggara

No.	Nama Kantor	Alamat
1.	BNI KCP Kutacane	Jl. Kutacane-Tigabinanga, Perapat Tim., Lawe Bulan, Kabupaten Aceh Tenggara, Aceh 24651, Indonesia

Sumber: www.idalamat.com

Berikut daftar lokasi Bank Tabungan Pensiun Nasional yang ada di Aceh Tenggara:

Tabel 4.3

Alamat Kantor Bank Tabungan Pensiun Nasional di Aceh Tenggara

No.	Nama Kantor	Alamat
1.	Bank BTPN KCP Kutacane	Jl.A.Yani No. 3 Kec. Babussalam, Aceh Tenggara, Aceh .

Sumber: www.daftarperusahaan.com

Berikut daftar lokasi BPRS Mustaqim yang ada di Aceh Tenggara:

Tabel 4.4

Alamat Kantor BPRS Mustaqim Suka Makmur di Aceh Tenggara

No.	Nama Kantor	Alamat
1.	BPRS Mustaqim Suka Makmur Cabang Kutacane	Jl. Iskandar Muda No.1, Kota Kutacane, Babussalam, Kabupaten Aceh Tenggara, Aceh 24651

Sumber: www.daftarperusahaan.com

Sebagai catatan Bank BRI dan Bank BNI sudah menjadi syariah kemudian pada tahun 2021 awal sudah di merger menjadi Bank Syariah Indonesia (BSI).

B. Hasil Penelitian

Tujuannya untuk mengetahui pengaruh pengetahuan produk, pelayanan, dan pendapatan masyarakat terhadap keputusan menabung masyarakat Aceh Tenggara. Data diperoleh melalui kuesioner yang telah diedarkan dan disebarakan sebanyak 100 eksamplar kepada masyarakat di Kabupaten Aceh Tenggara. Kemudian data diolah dengan menggunakan bantuan program SPSS.

1. Profil Responden

Profil responden dilihat dari umur, jenis kelamin, pendidikan, status perkawinan, pekerjaan, dan pendapatan. Adapun klasifikasinya yakni:

a. Klasifikasi Berdasarkan Umur

Klasifikasi berdasarkan umur pada responden masyarakat di Kabupaten Aceh Tenggara yaitu:

Tabel 4.5
Klasifikasi Responden Berdasarkan Umur

No.	Umur (Tahun)	Jumlah	Presentase (%)
1.	10 – 25	82	82%
2.	26 – 30	10	10%
3.	31 – 35	4	4%
4.	> 36	4	4%
Total		100	100%

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahuibahwa jumlah respondennya sebanyak 100 orang. Tabel tersebut juga menjelaskan bahwa responden yang paling banyak berumur 10 – 25 tahun yaitu sebanyak 82 orang (82%), selanjutnya umur 26 – 30 sebanyak 10 orang (10%), umur 31 – 35 dan > 36 masing-masing sebanyak 4 orang (4%).

b. Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Klasifikasi berdasarkan jenis kelamin pada responden masyarakat di Kabupaten Aceh Tenggara yaitu:

Tabel 4.6

Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase (%)
1.	Perempuan	47	47%
2.	Laki-Laki	53	53%
Total		100	100%

Berdasarkan tabel di atas, terlihat bahwa jenis kelamin perempuan sebanyak 47 orang (47%) dan lebih sedikit dari jenis kelamin laki-laki yaitu sebanyak 53 orang (53%). Ternyata berdasarkan jenis kelamin, responden yang paling banyak mengisi kuesioner adalah laki-laki.

c. Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendidikan

Klasifikasi berdasarkan pendidikan pada responden masyarakat di Kabupaten Aceh Tenggara yaitu:

Tabel 4.7

Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendidikan

No.	Pendidikan	Jumlah	Presentase (%)
1.	SLTA	52	52%
2.	Diploma (DIII)	9	9%
3.	Sarjana (S1)	38	38%
4.	Pasca Sarjana (S2)	1	1%
Total		100	100%

Berdasarkan tabel di atas, terlihat bahwa jumlah responden dengan pendidikan SLTA sebanyak 52 orang (52%), Diploma (DIII) sebanyak 38 orang (38%), Sarjana (S1) sebanyak 38 orang (38%), dan Pasca Sarjana (S2) sebanyak 1 orang (1%). Jumlah responden terbanyak ada pada tingkat pendidikan SLTA yaitu sebanyak 52%.

d. Klasifikasi Responden Berdasarkan Status Perkawinan

Klasifikasi berdasarkan status perkawinan pada responden masyarakat di Kabupaten Aceh Tenggara yaitu:

Tabel 4.8

Klasifikasi Responden Berdasarkan Status Perkawinan

No.	Status Perkawinan	Jumlah	Presentase (%)
1.	Kawin	27	27%
2.	Belum Kawin	73	73%
Total		100	100%

Berdasarkan tabel di atas, terlihat bahwa jumlah responden dengan status perkawinan kawin sebanyak 27 orang (27%) dan belum kawin sebanyak 73 orang (73%). Dapat disimpulkan bahwa responden yang paling banyak mengisi kuesioner adalah responden memiliki status perkawinannya belum kawin.

e. Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan

Klasifikasi berdasarkan Pekerjaan pada responden masyarakat di Kabupaten Aceh Tenggara yaitu:

Tabel 4.9

Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan

No.	Pekerjaan	Jumlah	Presentase (%)
1.	Pegawai Pemerintah	4	4%
2.	Karyawan Swasta	7	7%

3.	Wiraswasta	15	15%
4.	Karyawan BUMN/ BUMD	11	11%
5.	ABRI	-	-
6.	POLRI	-	-
7.	Mahasiswa	49	49%
8.	Pelajar	3	3%
9.	Ibu Rumah Tangga	4	4%
10.	Pekerjaan Lainnya	7	7%
Total		100	100%

Dari tabel di atas, terlihat bahwa jumlah responden dengan pekerjaan sebagai pegawai pemerintah dan ibu rumah tangga masing-masing sebanyak 4 orang (4%), sebagai karyawan swasta dan pekerjaan lainnya masing-masing sebanyak 7 orang (7%), sebagai wiraswasta sebanyak 15 orang (15%), Karyawan BUMN/ BUMD sebanyak 11 orang (11%), ABRI dan POLRI tidak ada, Mahasiswa sebanyak 49 orang (49%) dan pelajar sebanyak 3 orang (3%). Dapat disimpulkan bahwa responden yang paling banyak mengisi kuesioner adalah mahasiswa.

f. Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendapatan

Klasifikasi berdasarkan Pekerjaan pada responden masyarakat di Kabupaten Aceh Tenggara yaitu:

Tabel 4.10
Klasifikasi Responden Berdasarkan Status Pendapatan

No.	Pendidikan	Jumlah	Presentase (%)
1.	< Rp. 1000.000	52	52%
2.	Rp. 1000.000 – Rp. 1.900.000	9	9%
3.	Rp. 2.000.000 – Rp. 3.900.000	38	38%

4.	Rp. 4.000.000 – Rp. 5.900.000	1	1%
5.	Rp. 6.000.000 – Rp. 8.000.000		
6.	> Rp. 8.000.000		
Total		100	100%

Dari tabel di atas, terlihat bahwa jumlah responden berdasarkan setatus pendapatan paling banyak mengisi kuesioner adalah <Rp1.000.000 sebanyak 52 %. Lalu dilanjutkan Rp2.000.000- Rp3.900.000 Sebanyak 38%, dan seterusnya Rp1.000.000-Rp1.900.000 sebesar 9% dan Rp4.000.000-Rp5.900.000 sebesar 1%.

2. Deskripsi Variabel Penelitian

Fungsinya untuk melakukan analisis data yang dilihat dari kecenderungan jawaban yang didapatkan dari responden terhadap semua variabel dari kuisoner yang disebarkan. Kuisoner dengan pilihan jawaban dalam bentuk skala *likert* dengan 20 pernyataan. Hal ini dilakukan agar terlihat pengaruh tiap-tiap variabel yang terdiri dari pengetahuan produk (X_1), pelayanan (X_2), pendapatan masyarakat (X_3), dan keputusan menabung (Y). Hasil tanggapan responden yang berjumlah 100 orang atas kuisoner penelitian akan dibuat dalam bentuk distribusi frekuensi yakni:

a. Deskripsi Variabel Pengetahuan Produk (X_1)

Ada 5 pernyataan yang menjadi indikator pengetahuan produk (X_1) meliputi hasil tanggapan dari 100 responden terhadap 5 item pernyataan yang dipakai yakni:

Tabel 4.11
Deskripsi Variabel Pengetahuan Produk (X_1)

Item	Alternatif Jawaban										Jumlah	
	STS		TS		KS		S		SS			
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%

1.	10	10	20	20	10	10	51	51	9	9	100	100
2.	5	5	21	21	18	18	45	45	11	11	100	100
3.	5	5	21	21	14	14	41	41	19	19	100	100
4.	5	5	24	24	15	15	45	45	11	11	100	100
5.	8	8	22	22	14	14	48	48	8	8	100	100
Rata-rata	6,6	6,6	21,6	21,6	14,2	14,2	46	46	11,6	11,6	100	100

Tabel tersebut menjelaskan bahwa dari 100 responden banyak yang lebih memilih skala setuju (S) dengan rata-rata sebesar 46 atau 46% pada variabel pengetahuan produk (X_1). Sedangkan responden yang paling sedikit memilih sangat tidak setuju (STS) dengan rata-rata sebesar 6,6

b. Deskripsi Variabel Pelayanan (X_2)

Ada 5 pernyataan yang menjadi indikator pelayanan (X_2) meliputi hasil tanggapan dari 100 responden terhadap 5 item pernyataan yang dipakai yakni:

Tabel 4.12
Deskripsi Variabel Pelayanan (X_2)

Item	Alternatif Jawaban										Jumlah	
	STS		TS		KS		S		SS			
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1.	20	20	14	14	20	20	37	37	9	9	100	100
2.	14	14	11	11	17	17	39	39	19	19	100	100
3.	6	6	7	7	26	26	44	44	17	17	100	100
4.	12	12	17	17	21	21	31	31	19	19	100	100
5.	15	15	19	19	25	25	34	34	7	7	100	100
Rata-rata	13,4	13,4	13,6	13,6	21,8	21,8	37	37	14,2	14,2	100	100

Tabel tersebut menjelaskan bahwa dari 100 responden banyak yang lebih memilih skala setuju (S) dengan rata-rata sebesar 37 atau 37% pada variabel pelayanan (X_2). Sedangkan responden yang paling sedikit memilih sangat tidak setuju (STS) dengan rata-rata sebesar 13,4.

c. Deskripsi Variabel Pendapatan Masyarakat (X_3)

Ada 5 pernyataan yang menjadi indikator pelayanan (X_2) meliputi hasil tanggapan dari 100 responden terhadap 5 item pernyataan yang dipakai yakni:

Tabel 4.13
Deskripsi Variabel Pendapatan Masyarakat (X_3)

Item	Alternatif Jawaban										Jumlah	
	STS		TS		KS		S		SS			
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1.	9	9	8	8	5	5	58	58	20	20	100	100
2.	11	11	24	24	25	25	31	31	9	9	100	100
3.	14	14	17	17	20	20	45	45	4	4	100	100
4.	6	6	26	26	22	22	38	38	8	8	100	100
5.	11	11	20	20	15	15	39	39	15	15	100	100
Rata-rata	10,2	10,2	19	19	17,4	17,4	42,2	42,2	11,2	11,2	100	100

Tabel tersebut menjelaskan bahwa dari 100 responden banyak yang lebih memilih skala setuju (S) dengan rata-rata sebesar 42,2 atau 42,2% pada variabel pendapatan masyarakat (X_3). Sedangkan responden yang paling sedikit memilih sangat tidak setuju (STS) dengan rata-rata sebesar 10,2.

b. Deskripsi Variabel Keputusan Menabung (Y)

Ada 5 pernyataan yang menjadi indikator keputusan menabung (Y) meliputi hasil tanggapan dari 100 responden terhadap 5 item pernyataan yang dipakai yakni:

Tabel 4.14
Deskripsi Variabel Keputusan Menabung (Y)

Item	Alternatif Jawaban										Jumlah	
	STS		TS		KS		S		SS			
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1.	7	7	17	17	12	12	51	51	13	13	100	100
2.	9	9	3	3	19	19	52	52	17	17	100	100
3.	10	10	11	11	12	12	48	48	19	19	100	100
4.	9	9	14	14	22	22	51	51	4	4	100	100
5.	12	12	16	16	20	20	35	35	17	17	100	100
Rata-rata	9,4	9,4	12,2	12,2	17	17	47,4	47,4	14	14	100	100

Tabel tersebut menjelaskan bahwa dari 100 responden banyak yang lebih memilih skala setuju (S) dengan rata-rata sebesar 47,4 atau 47,4% pada variabel keputusan menabung (Y). Sedangkan responden yang paling sedikit memilih sangat tidak setuju (STS) dengan rata-rata sebesar 9,4.

3. Uji Validitas

Uji validitas item digunakan untuk mengukur ketepatan suatu item dalam kuesioner atau skala, apakah item-item pada kuesioner tersebut sudah tepat dalam mengukur apa yang ingin diukur, atau bisa melakukan penilaian langsung dengan metode *pearson correlation*. Suatu butir angket dinyatakan *valid* apabila nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Nilai uji dua arah pada taraf kepercayaan sebesar 95% atau signifikansi 5% ($p = 0,05$) dapat dicari berdasarkan jumlah responden (N). Oleh karena $N = 100$, maka derajat bebasnya adalah $N - 2 = 100 - 2 = 98$. Nilai r_{tabel} dua arah pada $df = 98$ dan $p = 0,05$ adalah 0,1966.

a. Variabel Pengetahuan Produk (X_1)

Pengujian validitas pada variabel pengetahuan produk (X_1) pada penelitian ini ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 4.15
Uji Validitas Pengetahuan Produk (X₁)

Item	<i>r_{hitung}</i>	<i>r_{tabel}</i>	Keterangan
1	0,907	0,1966	<i>Valid</i>
2	0,885	0,1966	<i>Valid</i>
3	0,894	0,1966	<i>Valid</i>
4	0,859	0,1966	<i>Valid</i>
5	0,870	0,1966	<i>Valid</i>

Berdasarkan tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa kuesioner pernyataan variabel pengetahuan produk (X₁) semuanya *valid* karena nilai *r_{hitung}* dari item 1 sampai item 5 > *r_{tabel}*.

b. Variabel Pelayanan (X₂)

Pengujian validitas pada variabel pelayanan (X₂) pada penelitian ini ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 4.16
Uji Validitas Pelayanan (X₂)

Item	<i>r_{hitung}</i>	<i>r_{tabel}</i>	Keterangan
1	0,707	0,1966	<i>Valid</i>
2	0,733	0,1966	<i>Valid</i>
3	0,490	0,1966	<i>Valid</i>
4	0,503	0,1966	<i>Valid</i>
5	0,684	0,1966	<i>Valid</i>

Berdasarkan tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa kuesioner pernyataan variabel pelayanan (X₂) semuanya *valid* karena nilai *r_{hitung}* dari item 1 sampai item 5 > *r_{tabel}*.

c. Variabel Pendapatan Masyarakat (X₃)

Pengujian validitas pada variabel pendapatan masyarakat (X₃) pada penelitian ini ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 4.17
Uji Validitas Pendapatan Masyarakat (X₃)

Item	<i>r_{hitung}</i>	<i>r_{tabel}</i>	Keterangan
1	0,779	0,1966	<i>Valid</i>
2	0,717	0,1966	<i>Valid</i>
3	0,844	0,1966	<i>Valid</i>
4	0,788	0,1966	<i>Valid</i>
5	0,861	0,1966	<i>Valid</i>

Berdasarkan tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa kuesioner pernyataan pendapatan masyarakat (X₃) semuanya *valid* karena nilai *r_{hitung}* dari item 1 sampai item 5 > *r_{tabel}*.

d. Variabel Keputusan Menabung (Y)

Pengujian validitas pada variabel keputusan menabung (Y) pada penelitian ini ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 4.18
Uji Validitas Keputusan Menabung (Y)

Item	<i>r_{hitung}</i>	<i>r_{tabel}</i>	Keterangan
1	0,809	0,1966	<i>Valid</i>
2	0,745	0,1966	<i>Valid</i>
3	0,822	0,1966	<i>Valid</i>
4	0,507	0,1966	<i>Valid</i>
5	0,793	0,1966	<i>Valid</i>

Berdasarkan tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa kuesioner pernyataan variabel keputusan menabung (Y) semuanya *valid* karena nilai r_{hitung} dari item 1 sampai item 5 $> r_{tabel}$.

4. Uji Reliabilitas

Uji ini digunakan untuk menjelaskan sejauh mana konsistensi responden dalam menjawab pernyataan yang diberikan. Untuk mengetahui kuisisioner tersebut reliabel maka digunakan uji reliabilitas dengan batasan metode sebesar nilai *cronbach's alpha* $> 0,60$ dengan nilai signifikan sebesar 5%. Hasil Uji reliabilitasnya yakni:

Tabel 4.19
Hasil Uji Reliabilitas

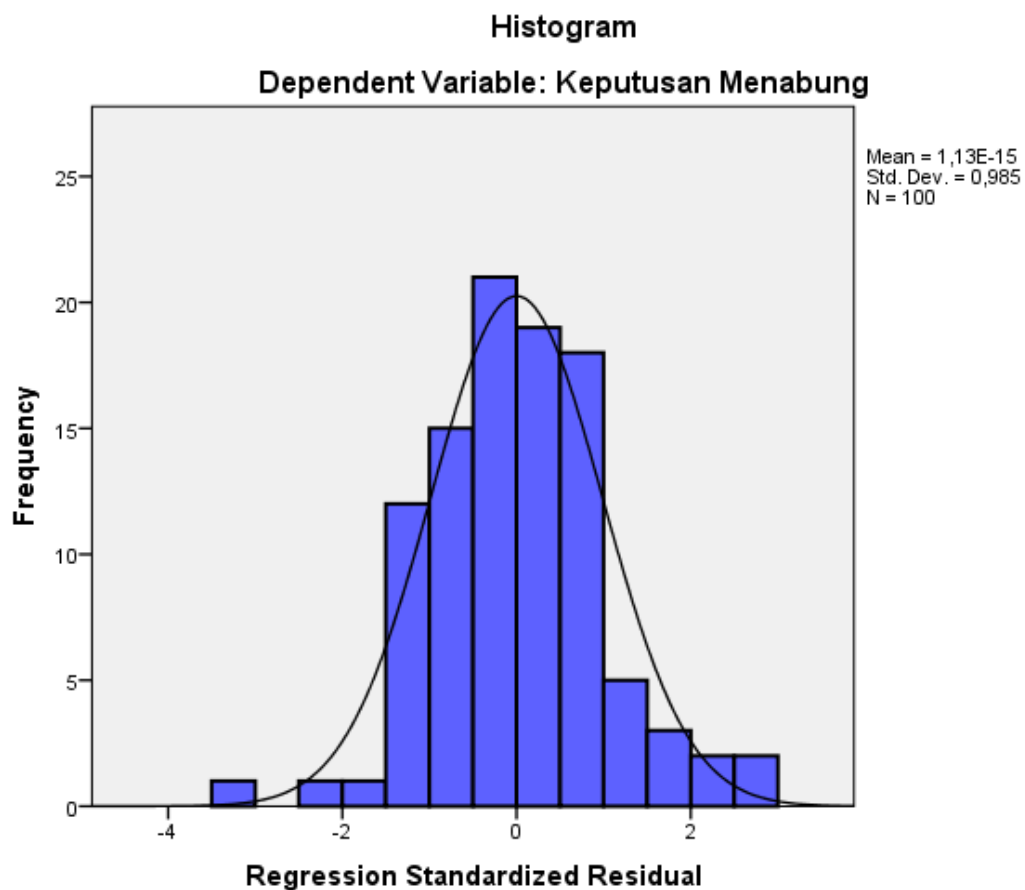
Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Koefisien Alpha	r_{tabel}	Keterangan
Pengetahuan Produk (X ₁)	0,903	0,60	0,1966	<i>Reliabel</i>
Pelayanan (X ₂)	0,613	0,60	0,1966	<i>Reliabel</i>
Pendapatan Masyarakat (X ₃)	0,858	0,60	0,1966	<i>Reliabel</i>
Keputusan Menabung (Y)	0,792	0,60	0,1966	<i>Reliabel</i>

Tabel tersebut menggunakan uji *cronbach's alpha* yang menunjukkan bahwa semua variabel $> 0,60$. Hasil tersebut menjelaskan bahwa kuisisioner yang digunakan untuk mengukur sejauh mana konsistensi responden menggunakan variabel pengetahuan produk, pelayanan, pendapatan masyarakat dan keputusan menabung dinyatakan reliabel. Suatu variabel juga dapat dikatakan reliabel jika *cronbach's alpha* $> r_{tabel}$, seperti pada tabel di atas nilai *cronbach's alpha* pada semua variabel $> r_{tabel}$.

5. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

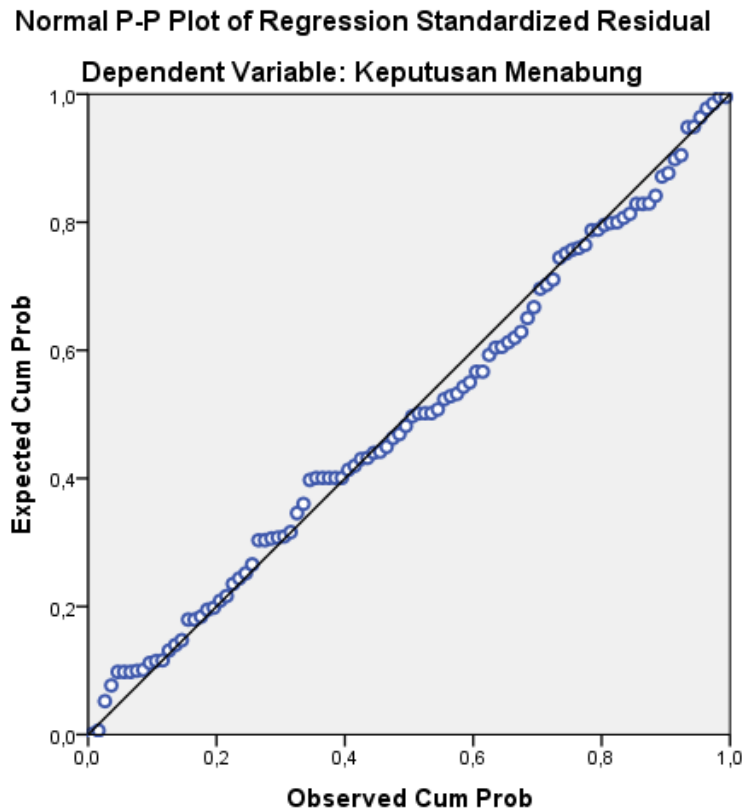
Uji ini dilakukan saat belum melakukan analisis sebenarnya. Model regresi dikatakan baik jika memiliki distribusi normal atau mendekati normal. Uji ini terlihat dari grafik histogram. Data berdistribusi normal apabila bentuk kurva sisi kiri dan kanannya hampir menyerupai lonceng yang sempurna dan kemiringan kurvanya cenderung seimbang.



Gambar 4.3

Uji Normalitas Histogram

Gambar tersebut menggambarkan kurva yang mempunyai kemiringan yang cenderung seimbang dari sisi kiri maupun kanan, dan garisnya menyerupai lonceng. Berarti, gambar tersebut berdistribusi normal. Uji ini juga dapat dilihat dari *output* kurva normal *p-plot*. Data normal apabila titik-titik data pada gambar searah dengan garis diagonal.



Gambar 4.4
Uji Normalitas *P-Plot*

Gambar tersebut menggambarkan titik-titik menyebar searah dengan garis diagonalnya. Berarti, normal *p-plot* dari gambar di atas berdistribusi normal (datanya normal).

Selain 2 (dua) cara di atas, uji *kolmogorov-smirnov test* juga dapat digunakan untuk melihat data berdistribusi normal atau tidak. Uji ini merupakan uji beda antara data yang diuji normalitasnya dengan data normal baku. Uji ini mempunyai kelebihan yaitu sederhana serta tidak membuat perbedaan pendapat antar pengamat.

Tabel 4.20
Hasil Uji Normalitas *Kolmogorov-Smirnov Test*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	2,37568674
Most Extreme Differences	Absolute	,056
	Positive	,052
	Negative	-,056
Kolmogorov-Smirnov Z		,560
Asymp. Sig. (2-tailed)		,912

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Berdasarkan *output* di atas, terlihat nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* pada kolom *Unstandardized Residual* sebesar 0,912 dan lebih besar dari 0,05 ($0,912 > 0,05$). Dengan demikian, data yang diuji terdistribusi secara normal.

b. Uji Multikolinieritas

Uji ini terlihat dalam tabel *coeficient*, yakni pada kolom *Tolerance* dan kolom *VIF (Variance Inlated Factors)*. Suatu variabel dapat dikatakan tidak ada hubungan apabila nilai *Tolerance* lebih dari 10% ($Tolerance > 0,1$) serta mempunyai nilai *VIF* kurang dari 10 ($VIF < 10$).

Tabel 4.21
Hasil Uji Multikolinieritas

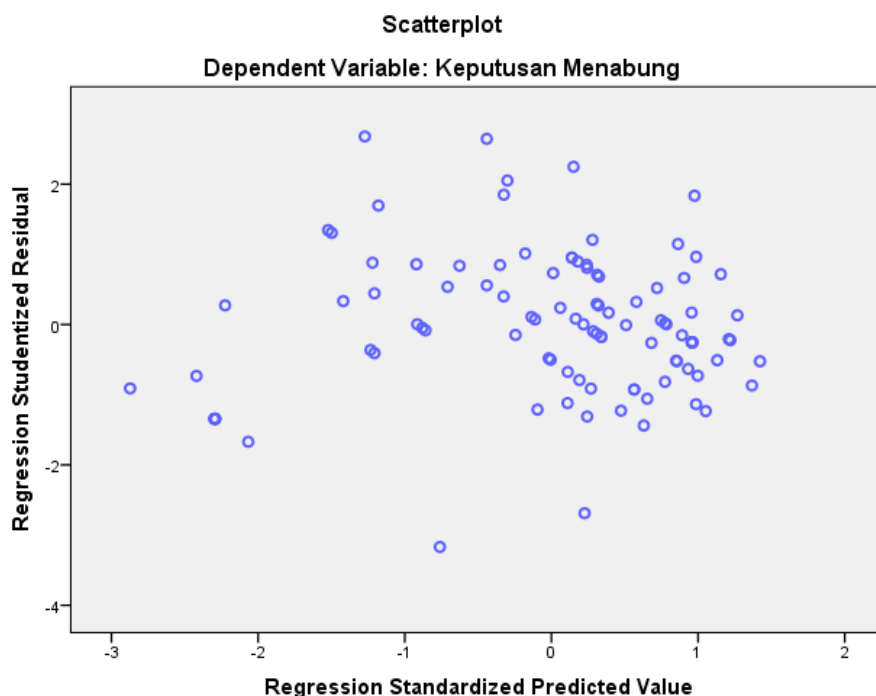
Model	Coefficients ^a						
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	1,949	1,139		1,711	,090		
1 Pengetahuan Produk	,231	,070	,272	3,293	,001	,476	2,102
Pelayanan	,327	,075	,295	4,347	,000	,703	1,422
Pendapatan Masyarakat	,376	,082	,410	4,560	,000	,401	2,495

a. Dependent Variable: Keputusan Menabung

Pada tabel di atas, terlihat nilai *tolerance* pada masing-masing variabel (pengetahuan produk = 0,476, pelayanan = 0,703, dan keputusan menabung = 0,401) lebih besar dari 10% (0,1) dan nilai VIF (pengetahuan produk = 2,102, pelayanan = 1,422, dan keputusan menabung = 2,495) lebih kecil dari 10. Maka, tidak terjadi multikolinieritas antar variabel bebas pada penelitian ini.

c. Uji Heteroskedastistas

Uji ini terlihat dari titik-titik yang menyebar secara acak dan tidak terbentuk suatu pola pada grafik *scatterplot*. Selain itu, titik-titiknya juga menyebar di atas maupun di bawah nilai 0 pada sumbu Y. Jika *heteroskedastistas* tidak terjadi maka model regresinya sudah baik. Adapun uji heteroskedastistas yakni:



Gambar 4.5
Hasil Uji Heteroskedastistas

Dari gambar di atas, terlihat titik-titik menyebar secara acak dan tidak membentuk pola ataupun mengumpul dalam satu tempat. Maka Dengan demikian tidak terjadi *heterokedastisitas* dan model regresi ini sudah baik.

Dengan menggunakan uji glejser maka didapat hasil sebagai berikut:

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3,264	,694		4,705	,000
1 Pengetahuan Produk	-,083	,043	-,271	-1,938	,056
Pelayanan	,033	,046	,083	,723	,471
Pendapatan Masyarakat	-,038	,050	-,114	-,753	,454

a. Dependent Variable: Abs_RES

Berdasarkan output di atas, diketahui nilai signifikansi (sig.) untuk variabel pengetahuan produk (X_1) = 0,056, pelayanan = 0,471, dan pendapatan masyarakat = 0,454. Nilai sig. pada setiap variabel lebih besar dari 0,05 maka sesuai dengan pengambilan keputusan dalam uji glejser, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastitas dalam model regresi.

d. Uji Regresi Linear Berganda

Uji regresi yang dilakukan adalah uji regresi linear berganda, yaitu uji yang dilakukan untuk memprediksi dan mengetahui besarnya pengaruh pengetahuan produk, pelayanan, dan pendapatan masyarakat terhadap keputusan menabung masyarakat Aceh Tenggara.

Tabel 4.22
Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1,949	1,139		1,711	,090
1 Pengetahuan Produk	,231	,070	,272	3,293	,001
Pelayanan	,327	,075	,295	4,347	,000
Pendapatan Masyarakat	,376	,082	,410	4,560	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Menabung

Dari tabel *coefficients*, pada kolom *unstandardized coefficients* dalam sub kolom B, terdapat nilai *constant* (konstanta) sebesar 1,949. Sedangkan nilai koefisien arah regresi pengetahuan produk = 0,231, pelayanan = 0,327, dan pendapatan masyarakat = 0,376. Maka dapat diperoleh persamaan regresi linear berganda pada dengan rumus sebagai berikut:

$$Y = 1,949 + 0,231X_1 + 0,327X_2 + 0,376X_3 + e$$

Di mana :

Y = Keputusan Menabung

X1 = Pengetahuan Produk

X2 = Pelayanan

X3 = Pendapatan Masyarakat

1. Konstanta sebesar 1,949 menyatakan bahwa jika variabel pengetahuan produk (X_1), pelayanan (X_2), dan pendapatan masyarakat (X_3 nilainya adalah *constant* (tetap), maka variabel keputusan menabung (Y) masyarakat Aceh Tenggara nilainya adalah sebesar 1,949.
2. Nilai koefisien pengetahuan produk (X_1) sebesar 0,231 menyatakan jika pengetahuan produk (X_1) meningkat sebesar 1%, maka keputusan menabung (Y) akan meningkat sebesar 0,231. Namun sebaliknya, jika pengetahuan produk (X_1) menurun sebesar 1% maka keputusan menabung (Y) juga akan menurun sebesar 0,231. Pada tabel di atas, pengetahuan produk (X_1) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung (Y) masyarakat Aceh Tenggara. Semakin tinggi pengetahuan produk (X_1), maka akan meningkatkan keputusan menabung (Y). Artinya jika masyarakat mengetahui produk apa yang ditawarkan, apa keuntungannya, apa kelebihanya dibandingkan produk lainnya maka keputusan menabung akan meningkat.
3. Nilai koefisien pelayanan (X_2) sebesar 0,327 menyatakan jika pelayanan (X_2) meningkat sebesar 1%, maka keputusan menabung (Y) akan meningkat sebesar 0,327. Namun sebaliknya, jika pelayanan (X_2) menurun sebesar 1% maka keputusan menabung (Y) juga akan menurun sebesar 0,327. Pada tabel di

atas, pelayanan (X_2) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung (Y) masyarakat Aceh Tenggara. Semakin baik pelayanan (X_2), maka akan semakin meningkatkan keputusan menabung (Y). Artinya, pelayanan yang baik salah satunya dalam bentuk fasilitas mampu membuat masyarakat tertarik untuk melakukan keputusan menabung.

4. Nilai pendapatan masyarakat (X_3) sebesar 0,376 menyatakan jika pendapatan masyarakat (X_3) meningkat sebesar 1%, maka keputusan menabung (Y) akan meningkat sebesar 0,376. Namun sebaliknya, jika pendapatan masyarakat (X_3) menurun sebesar 1% maka keputusan menabung (Y) juga akan menurun sebesar 0,376. Pada tabel di atas, pendapatan masyarakat (X_3) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung (Y) masyarakat Aceh Tenggara. Semakin tinggi pendapatan masyarakat (maka akan meningkatkan keputusan menabung. Artinya, jika pendapatan masyarakat bertambah maka keputusan menabung juga akan naik.

6. Uji Hipotesis

a. Koefisien Determinasi

Uji ini dilakukan untuk melihat seberapa besar kemampuan variabel *independent* (pengetahuan produk, pelayanan, dan pendapatan masyarakat) untuk menjelaskan variabel *dependent* (keputusan menabung). Apabila koefisien determinan berkisar antara nol, maka hubungannya lemah. Namun, apabila angkanya mendekati 1, maka hubungan antara variabel tersebut dinyatakan sangat kuat. Berikut adalah hasil yang menggambarkan nilai koefisien determinasi:

Tabel 4.23
Hasil Uji Determinasi (R^2)

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,830 ^a	,688	,679	2,413

a. Predictors: (Constant), Pendapatan Masyarakat, Pelayanan, Produk

b. Dependent Variable: Keputusan Menabung

Pada tabel tersebut terlihat nilai korelasinya atau yang disimbolkan dengan huruf R sebesar 0,830 dan besarnya presentase atau koefisien determinasi (Adjusted R Square) antara pengaruh variabel bebas (pengetahuan produk, pelayanan, dan pendapatan masyarakat) dengan variabel terikat (keputusan menabung) sebesar 0,679 atau 67,9%. Berarti Pengaruh pengetahuan produk, pelayanan, dan pendapatan masyarakat terhadap keputusan menabung masyarakat Aceh Tenggara yakni sebesar 67,9%, sisanya sebesar 32,1% dipengaruhi oleh variabel lain.

b. Uji F

Uji ini digunakan agar terlihat pengaruh simultan antara variabel *independent* (pengetahuan produk, pelayanan, dan pendapatan masyarakat) terhadap variabel *dependent* (keputusan menabung). Nilai F_{tabel} untuk jumlah responden 100 pada tingkat alpha 5% serta k (jumlah seluruh variable) = 4, maka nilai $N_1 = k - 1 = 4 - 1 = 3$, $N_2 = n - k = 100 - 4 = 96$ sebesar 2,70. Berikut hasilnya:

Tabel 4.24

Hasil Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1234,415	3	411,472	70,696	,000 ^b
	Residual	558,745	96	5,820		
	Total	1793,160	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Menabung

b. Predictors: (Constant), Pendapatan Masyarakat, Pelayanan, Produk

Dari tabel ANOVA tersebut, terlihat harga statistik F, kolom ke-5, yaitu $F_{hitung} = 70,696 > F_{tabel} = 2,70$ dengan tingkat signifikansi atau probabilitas $0,000 < 0,05$ dan H_0 ditolak. Artinya terdapat pengaruh yang nyata (signifikan) secara simultan antara variabel bebas (pengetahuan produk, pelayanan, dan pendapatan masyarakat) dengan variabel terikat (keputusan menabung). Atau terdapat pengaruh secara bersama-sama (simultan) antara variabel bebas

(pengetahuan produk, pelayanan, dan pendapatan masyarakat) dengan variabel terikat (keputusan menabung). Maka dapat disimpulkan bahwa model regresinya dapat digunakan untuk memprediksi variabel keputusan menabung.

c. Uji T

Uji ini digunakan untuk melihat apakah masing-masing variabel *independent* (pengetahuan produk, pelayanan, dan pendapatan masyarakat) secara parsial ataupun individual berpengaruh signifikan terhadap variabel *dependent* (keputusan menabung). Penentuan derajat bebasnya dapat menggunakan rumus $df = n - k = 100 - 4 = 96$, maka nilai $t_{tabel} = 1,985$. Adapun hasil dari uji parsialnya yaitu:

Tabel 4.25

Hasil Uji T

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1,949	1,139		1,711	,090
1 Pengetahuan Produk	,231	,070	,272	3,293	,001
Pelayanan	,327	,075	,295	4,347	,000
Pendapatan Masyarakat	,376	,082	,410	4,560	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Menabung

Hasil tabel tersebut memperlihatkan hasil uji parsial (uji *t-test*) dari masing-masing variabel *independent* yaitu:

1) Pengetahuan Produk (X_1)

Dari tabel *coefficients*, diperoleh nilai t_{hitung} untuk pengetahuan produk (X_1) sebesar 2,977 dan probabilitas sebesar 0,001. Maka dapat dilihat bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,293 > 1,985$) dan $sig. < level\ of\ significant$ ($0,001 < 0,05$). Artinya H_0 ditolak dan H_a diterima, atau dengan kata lain pengetahuan produk (X_1) secara parsial ataupun individual mempengaruhi keputusan menabung (Y) masyarakat Aceh Tenggara. Pengetahuan produk (X_1) memberikan

pengaruh nyata terhadap keputusan menabung (Y) pada tingkat kepercayaan sebanyak 95% atau tingkat kesalahan sebanyak 5%. Nilai Beta pada variabel pengetahuan produk (X_1) sebesar 0,231, berarti variabel pengetahuan produk berkontribusi terhadap keputusan menabung sebesar 23,1%, sedangkan sisanya sebesar 76,9% dipengaruhi oleh variabel lain.

2) Pelayanan (X_2)

Dari tabel *coefficienst*, diperoleh nilai t_{hitung} untuk pelayanan (X_2) sebesar 4,347 serta probabilitas sebesar 0,000. Maka dapat dilihat bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,347 > 1,985$) dan $sig. < level\ of\ significant$ ($0,000 < 0,05$). Berarti H_0 ditolak dan H_a diterima atau dengan kata lain pelayanan (X_2) secara parsial ataupun individual mempengaruhi keputusan menabung (Y) masyarakat Aceh Tenggara. Pelayanan (X_2) memberikan pengaruh nyata terhadap keputusan menabung (Y) pada tingkat kepercayaan sebanyak 95% atau tingkat kesalahan sebanyak 5%. Nilai Beta pada variabel pelayanan (X_2) sebesar 0,327, berarti variabel pelayanan berkontribusi terhadap keputusan menabung sebesar 32,7%, sedangkan sisanya sebesar 67,3% dipengaruhi oleh variabel lain.

3) Pendapatan Masyarakat (X_3)

Dari tabel *coefficienst*, nilai t_{hitung} untuk pendapatan masyarakat (X_3) sebesar 4,560 dan probabilitas sebesar 0,000. Maka dapat dilihat bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,560 > 1,985$) dan $sig. < level\ of\ significant$ ($0,000 < 0,05$). Artinya H_0 ditolak dan H_a diterima atau dengan kata lain pendapatan masyarakat (X_3) secara parsial ataupun individual mempengaruhi keputusan menabung (Y) masyarakat Aceh Tenggara. Pendapatan masyarakat (X_3) juga memberikan pengaruh nyata terhadap keputusan menabung (Y) pada tingkat kepercayaan sebanyak 95% atau tingkat kesalahan sebanyak 5%. Nilai Beta pada variabel pendapatan masyarakat (X_3) sebesar 0,376 artinya variabel pendapatan masyarakat memberikan kontribusi terhadap keputusan menabung sebesar 37,6%, sedangkan sisanya sebesar 62,4% dipengaruhi oleh variabel lain.

C. Pembahasan

1. Pengaruh Pengetahuan Produk (X_1) Terhadap Keputusan Menabung (Y)

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengetahuan produk (X_1) berpengaruh terhadap keputusan menabung (Y) masyarakat Aceh Tenggara. Secara teoritis, menurut J Paul Peter dan Jerry C. Olson,⁴⁵ setiap konsumen memiliki empat jenis tingkatan pengetahuan produk yaitu pengetahuan tentang karakteristik atau atribut produk, pengetahuan tentang manfaat produk, pengetahuan tentang risiko produk dan pengetahuan tentang tingkat kepuasan yang diberikan produk kepada konsumen. Dalam perbankan syariah, pengetahuan produk meliputi akad, nisbah, dan fasilitas. Semakin banyak pengetahuan dan informasi yang didapatkan dari produk yang dimiliki oleh konsumen, maka konsumen akan semakin cepat dalam memutuskan pembelian terhadap suatu produk.

Ketika ketiga pengetahuan produk dalam perbankan syariah sudah diketahui oleh masyarakat maka akan mendorong masyarakat untuk mengambil keputusan dalam menabung. Semakin banyak pengetahuan dan informasi yang didapatkan dari produk yang dimiliki oleh konsumen, maka konsumen akan semakin cepat dalam memutuskan pembelian terhadap suatu produk. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Farrah Annida Hasna yang berjudul *Pengaruh Pengetahuan Produk Perbankan Syariah Dan Tingkat Religiusitas Terhadap Keputusan Menabung DiBank Syariah (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEBI UIN Walisongo)* yang menyatakan bahwa pengetahuan produk berpengaruh terhadap keputusan menabung dengan nilai probabilitas $0,000 < 0,05$.

Namun berbeda halnya dengan penelitian oleh Putri *Pengaruh Pengetahuan dan Religiusitas Terhadap Minat Santri dalam Memilih Produk Perbankan Syariah (Studi Pada Pesantren di Aceh Besar)*, yang menyatakan Pengetahuan tidak berpengaruh terhadap minat santri memilih produk perbankan syariah pada pesantren di Aceh Besar karena $t_{hitung} 0,577 < t_{tabel} = 1,985$. pengetahuan dan

⁴⁵Paul Peter dan Jerry C. Olson, *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*, (Jakarta: Salemba Empat, 2014), h. 65-67.

religiuitas secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat santri memilih produk perbankan syariah⁴⁶.

Dapat ditarik sebuah perbandingan bahwa ternyata tingkat religiuitas mematuhi hukum agama lebih yaitu menjauhi riba, lebih besar pengaruhnya di kawasan pesantren yang religius, dibandingkan dengan pengetahuan umum tentang produk perbankan yaitu tentang akad, bagi hasil, fasilitas dan sebagainya. maka dapat disimpulkan terjadinya perbedaan karena berbedanya responden pada penelitian, karena yang diambil adalah masyarakat umum .

2. Pengaruh Pelayanan (X₂) Terhadap Keputusan Menabung (Y)

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Pelayanan (X₂) berpengaruh terhadap keputusan menabung (Y) masyarakat Aceh Tenggara. Secara teoritis, menurut Kotler pelayanan adalah suatu tindakan ataupun kinerja yang bisa diberikan pada orang lain. Tujuan pelayanan adalah memberikan hal yang dapat memenuhi dan memuaskan pelanggan atau masyarakat serta memberikan fokus pelayanan kepada pelanggan. Bentuk-bentuk pelayanan pada bank syariah dalam penghimpunan dana dapat dilihat melalui fasilitas yang diberikan seperti adanya layanan ATM di daerah tersebut, *internet banking* yang aman dan mudah untuk diakses, serta pembuatan rekening yang efisien.

Selain pelayanan yang berbentuk fasilitas, pelayanan juga bisa dilihat dari cara pihak perbankan dalam melayani nasabahnya, apakah bicaranya sopan dan sudah lemah lembut. Hal ini dikarenakan di dalam Al-Qur'an sendiri secara jelas menyuruh agar kaum muslimin agar bersifat lemah lembut dan sopan santun manakala berbicara dan melayani pelanggan, karena baik buruknya perilaku bisnis para pengusaha menentukan sukses dan gagalnya bisnis yang dijalankan. Artinya pelayanan yang baik akan mendorong masyarakat untuk melakukan keputusan menabung. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Farah Chalisa dengan judul *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Jumlah Peningkatan Nasabah*

⁴⁶ Putri, Pengaruh Pengetahuan dan Religiuitas Terhadap Minat Santri Memilih Produk Perbankan Syariah (Studi Pesantren di Aceh Besar), (2019), h. 80.

Tabungan Seulanga Pasca Konversi Pada PT.Bank Aceh Syariah Cabang Bireun yang menyatakan bahwa pelayanan berpengaruh terhadap keputusan menabung⁴⁷.

Hal ini juga sejalan dengan penelitian Jurnal *Persepsi Masyarakat Tentang Akan di Konversinya Bank Konvensional ke Bank Syariah di Aceh (Studi Kasus Kota Langsa)* Oleh Early Ridho Kismawati dan Uun Dwi Almudattsir IAIN Langsa yang menyatakan bahwa banyak tanggapan tentang fasilitas dari bank syariah yang masih kurang dari bank konvensional.⁴⁸

Dapat di analisa bahwa pelayanan menjadi faktor kedua utama yang paling diharapkan masyarakat Aceh Tenggara, masih banyak masyarakat yang tidak puas terhadap pelayanan setelah semua Bank di konversi menjadi syariah, karena permasalahan ATM yang susah didapat, akses jual beli dengan bank konvensional menjadi mahal, sehingga perlunya solusi dibalik permasalahan ini agar Bank syariah di Aceh Tenggara meningkatkan mutu pelayanannya.

3. Pengaruh Pendapatan Masyarakat (X₃) Terhadap Keputusan Menabung (Y)

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pendapatan masyarakat (X₃) berpengaruh terhadap keputusan menabung (Y) masyarakat Aceh Tenggara. Pengaruh variabel pendapatan masyarakat ini kontribusinya lebih besar dibandingkan dengan variabel lain. Artinya keputusan menabung masyarakat Aceh Tenggara paling banyak didorong oleh pendapatan masyarakat. Secara teoritis, menurut Suroto Pendapatan adalah seluruh penerimaan baik berupa uang maupun barang yang berasal dari pihak lain maupun hasil industri yang dinilai atas dasar sejumlah uang dari harta yang berlaku saat itu. Pendapatan merupakan sumber penghasilan seseorang untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dan sangat penting artinya bagi kelangsungan hidup dan penghidupan seseorang secara langsung maupun tidak langsung.

⁴⁷ Farah Chalisa, Faktor-faktor yang mempengaruhi Jumlah Peningkatan Nasabah Tabungan Seulanga Pasca Konversi Pada PT.Bank Aceh Syariah Cabang Bireun, (2019), Hal.78

⁴⁸ Early dan Uun, Persepsi Masyarakat Tentang Akan dikonversinya Bank Konvensional ke Bank Syariah di Aceh Studi Kasus Kota Langsa, (2018), h. 145.

Biasanya masyarakat menisihkan sebagian pendapatannya untuk ditabungkan. Ini juga sesuai dengan ajaran Islam dan sangat dianjurkan oleh Nabi Muhammad SAW, dalam hadisnya beliau berkata “*Simpanlah sebagian dari harta kamu untuk kebaikan masa depan kamu, karena itu jauh lebih baik bagimu.*” (H.R Bukhari). Menurut Antonio dengan menabung berarti seseorang muslim mempersiapkan diri untuk pelaksanaan perencanaan masa yang akan datang sekaligus untuk menghadapi hal-hal yang tidak diinginkan. Semakin banyak pendapatan masyarakat, maka akan semakin mendorong masyarakat untuk mengambil keputusan menabung dengan memanfaatkan jasa perbankan syariah yang jelas lebih aman dari pada menabung sendiri. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Iman fajar Pratama dengan judul *Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menabung Menggunakan Akad Mudharabah di Bank BNI Syariah*, yang menyatakan bahwa pendapatan berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menabung.

Hal ini juga sama dengan penelitian Jurnal oleh Asra Idrianssyah Purba Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Gung Leuser yang berjudul *Pengaruh Perubahan Bank Umum Syariah Terhadap Minat Menabung di Bank Aceh Syariah Pada Masyarakat Kabupaten Aceh Tenggara*, yang menyatakan bahwa Minat menabung masyarakat Aceh Tenggara pada Bank Aceh Syariah dipengaruhi faktor agama, ekonomi dan informasi. Adapun Variabel yang paling berpengaruh adalah faktor ekonomi dengan nilai koefisien regresi sebesar 0.274 yang artinya faktor ekonomi memiliki faktor terbesar mendorong minat masyarakat.⁴⁹

Berdasarkan penelitian ini, didapat bahwa baik secara parsial maupun secara simultan, pengetahuan masyarakat, pelayanan dan pendapatan memang mempengaruhi keputusan nasabah dalam penerapan Qanun nomor 11 tahun 2018. Bahwa pengetahuan masyarakat itu memang penting bagi masyarakat aceh dalam memilih bank syariah yang ada di aceh. Adanya qanun ini membuat masyarakat

⁴⁹ Asra, Pengaruh Perubahan Bank Umum Syariah Terhadap Minat Menabung di Bank Aceh Syariah Pada Masyarakat Aceh Tenggara, (2017), h. 85.

khususnya aceh tenggara lebih tahu dan lebih selektif lagi dalam memilih bank yang digunakannya untuk transaksi baik penghimpunan dana maupun penyaluran dana. Dengan adanya Qanun ini, memudahkan masyarakat aceh tenggara untuk mengetahui mana bank-bank yang memang harus digunakan, khususnya bank syariah. Sehingga perlu adanya sosialisasi yang maksimal oleh Pemerintah khususnya Pemerintah Aceh terhadap Qanun Lembaga Keuangan Syariah, agar masyarakat bisa memahami Qanun LKS sebagai landasan Aceh untuk menentaskan syariat islam yang kaffah terutama dalam bidang muamalah.

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan tingkat pengetahuan produk kurang berkontribusi terhadap keputusan menabung, tidak adanya penjiwaan terhadap nilai-nilai islam, maka harusnya pemerintah, akademisi dan perusahaan keuangan bekerja sama dalam memaksimalkan sosialisasi kepada masyarakat Aceh khususnya Aceh Tenggara tentang lembaga keuangan syariah, serta dalam meningkatkan pelayanan seperti jumlah ATM, kemudahan transaksi Internet Banking juga harus menjadi catatan Bank selaku perusahaan yang menaungi keuangan masyarakat Aceh, karena banyak usaha-usaha serta kebutuhan yang bergantung pada kesuksesan transaksi di Bank selaku perusahaan keuangan. serta yang terakhir adalah memberikan sumbangsih nyata terhadap peningkatan kesejahteraan ekonomi masyarakat Aceh khususnya Aceh Tenggara, melalui kegiatan pelatihan dan kemudahan memperoleh modal usaha, serta dana CSR yang harus tepat sasaran, guna menstimulus ekonomi masyarakat.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data yang diolah dengan bantuan program SPSS versi serta pembahasan yang sudah dijabarkan oleh penulis, didapatkan kesimpulan bahwa:

1. Terdapat pengaruh pengetahuan produk terhadap keputusan menabung masyarakat Aceh Tenggara dengan kontribusi sebesar 23,1%.
2. Terdapat pengaruh pelayanan terhadap keputusan menabung masyarakat Aceh Tenggara dengan kontribusi sebesar 32,7%
3. Terdapat pengaruh pendapatan masyarakat terhadap keputusan menabung masyarakat Aceh Tenggara dengan kontribusi sebesar 37,6%
4. Terdapat pengaruh pengetahuan produk, pelayanan, dan pendapatan masyarakat terhadap keputusan menabung masyarakat Aceh Tenggara dengan kontribusi sebesar 68,8%.

B. Saran

Berdasarkan hasil analisis data serta kesimpulan yang telah dijabarkan, penulis memberikan saran dan masukan bagi pihak terkait dengan harapan dapat memberikan manfaat. Adapun saran yang penulis berikan yaitu:

1. Kepada Pemerintah harus lebih memaksimalkan sosialisasi Qanun Lembaga Keuangan Syariah, agar masyarakat bias memahami Qanun LKS sebagai landasan Aceh untuk menentaskan syariat islam yang kaffah terutama dalam bidang muamalah.
2. Pemerintah dan akademisi serta perusahaan keuangan yang bersangkutan harus saling bersinergi untuk mengadakan sosialisasi pentingnya syariah dalam sistem keuangan.
3. Perusahaan yang ada di daerah harus saling bersinergi untuk memulihkan ekonomi masyarakat dengan dana CSR perusahaan.

4. Bank harus meningkatkan pelayanan terutama di dalam fasilitas ATM, kemudahan Internet Banking, dan kelancaran arus transaksi, solusi tarif transfer antar Bank.

DAFTAR PUSTAKA

- Antonio, Muhammad Syafii. 2010. *Bank Syariah dari Teori ke Praktek*. Jakarta: Gema Insani Press
- Al-Kaff, Abdullah Zaki, 2002. Al-Kaff, *Ekonomi Dalam Perspektif Islam*, Bandung: Pustaka Setia
- Ascarya. 2007. *Akad dan Produk Bank Syariah* Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Asra, 2017. *Pengaruh Perubahan Bank Umum Syariah Terhadap Minat Menabung di Bank Aceh Syariah Pada Masyarakat Aceh Tenggara*
- Bank Aceh. 2015. *Seurame edisi 12 Majalah Bank Aceh*
- Chalisa, Farah, 2019. Faktor-faktor yang mempengaruhi Jumlah Peningkatan Nasabah Tabungan Seulanga Pasca Konversi Pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang Bireun
- Djarwanto dan Subagyo. 1996. *Statistik Induktif*. Yogyakarta: BPFE
- Early dan Uun, 2018. *Persepsi Masyarakat Tentang Akan dikonversinya Bank Konvensional ke Bank Syariah di Aceh Studi Kasus Kota Langsa*
- Efendi, 2014. *Kedudukan Qanun Bidang Sumber daya Alam Dalam Sistem Hukum Nasiona l*, Jurnal Dinamika Hukum, Vol. 14 No.1.
- Engel, James F, Roger D Blackwell dan Paul W Miniard. 1990. *consumer Behavior Sixth Edition*. New York: The Dryden Press Harcourt Brace College Publishers.
- Ferdinand, Agusty. 2006. *Structural Equation Modelling dalam Penelitian Manajemen*, edisi 4. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Fandy, Tjiptono. 2005, *Manajemen Jasa*, Yogyakarta : Penerbit Andi, ed. 1.
- Fajar, Iman, 2016. *Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menabung menggunakan Akad Mudharabah di Bank BNI Syariah*
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Jamila, Khaidar, Rahmaini. (2020) " ANALYSIS FSCTORS INFLUENCING CUSTOMER DECISION TO CHOSE SAVINGS" journal of Islamic economic scholar, Vol 01, number 03

- Ibrahim Muslim. Workshop dan Sosialisasi Konversi Bank Aceh. Aula MPU Aceh. Tanggal 21 Maret 2016
- Ikatan Bankir Indonesia, 2015. *Mengelola Bisnis Pembiayaan Bank Syariah*, Jakarta Pusat: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Indriantoro dan Supomo. 1999. *Metode Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen*. Yogyakarta: BPFE
- Isnaini Harahap, Mhd Syahnan, Waizul Qarni, Sahkholid Nasution, Chuzaimah Batubara, Khairina Tambunan. (2019) "Students' Comprehension of Arabic and English Terminology in Islamic Finance: A Comparative Study" *KnE Social Sciences*
- Kotler, P. 2005. *Manajemen Pemasaran*: Jakarta PT Indeks Gramedia.
- Karim, Adiwarman A. 2010 *Bank Islam analisis Fiqh dan Keuangan*, Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Khatimah, Usnul, 2020. *Pengaruh Persepsi Nilai Pengaruh Masyarakat Terhadap Minat Menabung Serta Dampaknya Pada Keputusan Menabung Pada PT BRI Unit Suka Makmur Kabupaten Aceh Besar*
- Khairina Tambunan, Isnaini Harahap, M Marliyah. (2019) "Analisis Kointegrasi Zakat dan Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Periode Tahun 2015-2018" *Jurnal Akuntansi Syariah : AKTSAR*
- Lubis, Irsyad. 2010. *Bank dan Lembaga Keuangan Lain*. Medan: USU Press
- M. Napis Djunaedi. 2005, *Kamus Kontemporer Indonesia-Arab Istilah Politik-Ekonomi*, Bandung: Mizan
- Mujahid, Abdul Malik, 2006, *Al-Qur'an Dan Terjemahnya*, Jakarta: Darussalam
- Mutasowifin, A. 2003. *Menggagas strategi pengembangan perbankan syariah dipasar non muslim*. *Jurnal Universitas Paramadina*
- Nasution, Mustafa Edwin, 2010. *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, Jakarta: Kencana, ed-1, Cet ke-3
- Noor, Juliansyah, 2012. *Metodologi Penelitian Skripsi, Tesis, Disertasi & Karya Ilmiah*, Jakarta: Kencana
- Nugroho J Setiadi. 2003. *Perilaku Konsumen*. Jakarta Timur: Prenada Media

- Priyatno, Duwi 2011, *SPSS Analisis Statistik Data Lebih Cepat Lebih Akurat*, Yogyakarta: Medikom.
- Putri, 2019. *Pengaruh Pengetahuan dan Religiuitas Terhadap Minat Santri Memilih Produk Perbankan Syariah* (Studi Pesantren di Aceh Besar)
- Peter, Paul dan Olson, Jerry C, 2014. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*, Jakarta: Salemba Empat.
- Purbasari, Niken. (2019). "Analysis of factors affecting costumer preference in choosing to use Islamic Banks" Thesis, Jakarta : FEB Trisakti University
- Qanun Aceh No.11 Tahun 2018 tentang Lembaga keuangan syariah terdapat pada lampiran. Sumber Website Resmi Pemprov Aceh.*
- Rahmani,Nur Ahmadi Bi,2016, *Metodologi Penelitian Ekonomi*,Medan: Febi UINSU Pres
- Ridwan, 2003. *Positivisasi Hukum Pidana Islam Analisis atas Qanun No.14* jurnal Tentang Khalwat/ Mesum Provinsi Nanggroe Aceh Darussalam
- Rismayanti, F. 2005. *Pengetahuan konsumen mengenai perbankan syariah dan pengaruhnya terhadap keputusan menjadi nasabah pada PT Bank Syariah Mandiri Tbk Cabang Bandung. Universitas Padjajaran.*
- Sabil, Jabbar, 2012. *Peran Ulama Dalam Taqnin di Aceh*, Jurnal Transformasi Administrasi, Vol.02, No. 01.
- Sugiyono, 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Soekartawi, 2002. *Faktor-faktor Produksi*, Jakarta: Salemba Empat.
- Soemitro, Andri. 2010.*Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, Jakarta: Kencana
- Sugiono. 2008. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta
- Sanusi, Anwar, 2012. *Metodologi Penelitian Bisnis*, Jakarta: Salemba Empat
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Bisnis* cetakan ke 12. Bandung: Alfabeda
- Supramono. 2003. *Desain Proposal Penelitian Studi Pemasaran*. Salatiga
- Syukron, A. (2013). *Dinamika Perkembangan Perbankan Syariah Di Indonesia*. Jurnal Ekonomi Dan Hukum Islam.

- Tarigan, Azhari Akmal. (2012) "Islamic Economis Research Methodology. Medan : La Tansa Press
- Triandaru, sigit dan Totok Budisantoso. 2006. Bank dan Lembaga Keuangan Lain. Jakarta: Salemba Empat
- Tan, E. R. (2011). Pengaruh Faktor Harga, Promosi dan Pelayanan Terhadap Keputusan Konsumen untuk Belanja di Alfamart Surabaya. 25 Lembaga Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat Universitas Widya Kartika Surabaya.
- Tanjung, H. (2014). Kritik ekonomi konvensional dan solusi ekonomi islam. Hunafa: Jurnal Studia Islamika.
- Tumbuan, W., Kawet, L., & Pontoh, M. (2014). Kualitas Layanan, Citra Perusahaan Dan Kepercayaan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Bri Cabang Manado. Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi.
- V.Wiratna dan Poly E (2012) Statistik Untuk Penelitian. Penerbit Graha Ilmu Yogyakarta
- V. Wiratna (2014) Metodologi Penelitian. Penerbit Gava Media
- Wariki, G. M., Mananeke, L., & Tawas, H. (2015). the Effect of the Promotional Mix , Price Perception and Location of the. Jurnal EMBA.
- Weber, M. (2005). The protestant ethic and the spirit of capitalism. In The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism.
- Wibowo, Edy dan Untung Hendy Widodo, 2005. Mengapa Memilih Bank Syariah. Bogor. Ghalia Indonesia
- Widayatsari, A. (2013). Akad Wadiah dan Mudharabah dalam Penghimpunan Dana Pihak Ketiga Bank Syariah. Economic: Jurnal Ekonomi Dan Hukum Islam, Vol. 4, No. 1 2014.
- Wijaya, H., Beik, I. S., & Sartono, B. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Perbankan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Syariah XYZ di Jakarta. Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen.
- Wirosa. (2011). Produk Perbankan Syariah Tertinggal. In LPFE Usakti.

Wiwin, P., & Herry, A. (2014). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Nasabah Dalam Memilih Produk Bank Syariah Di Surabaya. *Jurnal Ilmu Ekonomi Pembangunan*.

Yaumidin, U. K. (2007). Efficiency In Islamic Banking: A Non-Parametric Approach. *Buletin Ekonomi Moneter Dan Perbankan*.

Zainul Arifin. (2012). *Dasar-dasar Manajemen Bank Syariah*. Pustaka Alvabet.

Zulganef (2009) *Metodologi Penelitian*. Penerbit Graha Ilmu.

Situs Resmi OJK www.ojk.go.id

Situs resmi Bank Aceh Syariah www.bankaceh.co.id

Wikipedia Sejarah www.wikipedia.org

Situs resmi Pemprov Aceh www.acehprov.go.id

Situs Resmi Badan Pusat Statistik Kutacane www.acehtenggarakab.bps.go.id

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 tahun 2008, *Tentang Perbankan Syariah*

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

I. IDENTITAS DIRI

1. Nama : ABDUL HAMID
2. NIM : 0503162125
3. Tempat/Tanggal Lahir : Tanjung Balai, 03 Januari 1998
4. Pekerjaan : Mahasiswa
5. E-Gmail : abdulhamid030198@gmail.com
6. Alamat : Desa Kute Tinggi, Kec. Badar
Kab. Aceh Tenggara



II. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. Tamatan SD N 6 Kutacane tahun 2010
2. Tamatan SMP N 1 Badar tahun 2013
3. Tamatan SMK N 1 Kutacane tahun 2016

III. RIWAYAT ORGANISASI

1. Ketua Himpunan Mahasiswa Muslim Aceh Tenggara (2017)
2. Ketua Bidang Syiar dan Pelayanan LDK AL-IZZAH UINSU (2017)
3. Anggota Ikatan Pemuda Tanah Rencong
4. Anggota Himpunan Mahasiswa Islam Komisariat FEBI UINSU
5. Anggota Kelompok Studi Ekonomi Islam UIE
6. Anggota Dewan Eksekutif Mahasiswa FEBI UINSU
7. Anggota Ikatan Pelajar Mahasiswa Aceh Tenggara
8. Ketua PKS Muda Medan Perjuangan (2018)
9. Anggota Rumah Bisnis Islam Indonesia
10. Ketua Senat Mahasiswa FEBI UINSU 2 Periode (2020)

IV. PRESTASI

1. Juara 1 Lomba Duta Anak daerah Aceh Tenggara 2015

2. Juara 1 Lomba Kompetensi Siswa Aceh Tenggara 2015
3. Juara 3 Lomba debat Saga Fair 2019
4. Juara 1 Lomba Editing hari guru Vidio 2019
5. Juara 1 Lomba Vidio Ekonomi Syariah TEMILREG Fossei 2016
6. Juara 1 Lomba Orassi Ilmiah HMI Komisariat Tarbiyah UINSU 2019
7. Juara 1 Lomba Debat Nasional di UNILA Lampung 2019
8. Juara 2 Lomba Debat Nasional di UIN Suska Riau 2019
9. Juara 1 Lomba Debat Ekonomi Syariah Nasional di UNSIYAH Banda Aceh 2019
10. Juara Harapan 1 Lomba debat dewan eksekutif mahasiswa FEBI UINSU 2019
11. Juara Harapan 1 Lomba debat bahasa Universitas negeri medan 2019
12. Delegeasi Syarhil Quran MTQ UIN Sumatera Utara dari FEBI UINSU 2019
13. Mahasiswa Berprestasi FEBI UINSU 2019
14. Penerima Beasiswa Dompot dhuafa 2018
15. Penerima Beasiswa Prestasi Pemerintah daerah Kab.Aceh Tenggara 2017
16. Penerima Beasiswa Ikatan Sajrana Aceh 2018

LAMPIRAN

LAMPIRAN

LAMPIRAN A

Qanun LKS Aceh No.11 tahun 2018



QANUN ACEH

NOMOR 11 TAHUN 2018

TENTANG

LEMBAGA KEUANGAN SYARI'AH

BISMILLAHIRRAHMANIRRAHIM

DENGAN NAMA ALLAH YANG MAHA PENGASIH LAGI MAHA PENYAYANG

ATAS RAHMAT ALLAH YANG MAHA KUASA

GUBERNUR ACEH,

- Menimbang :
- a. bahwa Al-Qur'an dan As-Sunnah adalah dasar utama agama Islam yang membawa rahmat bagi seluruh alam dan telah menjadi keyakinan serta pegangan hidup masyarakat Aceh;
 - b. bahwa dalam rangka pelaksanaan Nota Kesepahaman antara Pemerintah Republik Indonesia dan Gerakan Aceh Merdeka di Helsinki 15 Agustus 2005, Pemerintah Republik Indonesia dan Gerakan Aceh Merdeka menegaskan komitmen untuk menyelesaikan konflik Aceh secara damai, menyeluruh, berkelanjutan dan bermartabat bagi semua pihak, dan bertekad untuk menciptakan kondisi yang kondusif sehingga Pemerintahan Aceh dapat diwujudkan melalui suatu proses yang demokratis dan adil dalam Negara Kesatuan Republik Indonesia;
 - c. bahwa dalam rangka mewujudkan ekonomi masyarakat Aceh yang adil dan sejahtera dalam naungan Syari'at Islam memerlukan jasa lembaga keuangan syari'ah;
 - d. bahwa kebutuhan masyarakat Aceh terhadap lembaga keuangan syari'ah sebagai salah satu instrumen penting dalam pelaksanaan ekonomi syari'ah;
 - e. bahwa ketentuan dalam Pasal 2 Undang-Undang Nomor 44 Tahun 1999 tentang Penyelenggaraan Keistimewaan Provinsi Daerah Istimewa Aceh dan Pasal 125, Pasal 126, Pasal 127, dan Pasal 154 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2006 tentang Pemerintahan Aceh, Aceh diberi kewenangan untuk mengembangkan dan mengatur pelaksanaan syariat Islam;
 - f. bahwa berdasarkan Pasal 21 Qanun Aceh Nomor 8 Tahun 2014 tentang Pokok-Pokok Syari'at Islam, lembaga keuangan dan transaksi syari'ah dilaksanakan sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan dan ditetapkan dengan Qanun;
 - g. bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana dimaksud dalam huruf a sampai dengan huruf f, perlu membentuk Qanun Aceh tentang Lembaga Keuangan Syari'ah;

Mengingat...

7. Mahasiswa

8. Pelajar

9. Ibu Rumah Tangga

10. Pekerjaan lainnya

.....

6. Pendapatan : 1. < Rp. 1.000.000 2. Rp.1.000.000 – Rp. 1.900.000

3. Rp.2.000.000 – Rp. 3.900.000 4. Rp.4.000.000 – Rp. 5.900.000

5. Rp. 6.000.000 – Rp. 8.000.000 6. >Rp.8000.000

No.	Pernyataan	Sgt Tdk setuju	Tidak setuju	Krg Setuju	Setuju	Sangat Setuju
B. Pengetahuan Produk						
1.	Berdasarkan informasi yang ada anda dapat mengetahui perbedaan bunga dan nisbah pada bank syariah	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.	Anda Mengetahui Akad syariah yang digunakan dalam tabungan anda	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.	Anda menabung di bank syariah karena mengetahui nisbah halal sementara bunga haram.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

4. Anda Mengetahui Informasi yang cukup tentang produk tabungan di bank
5. Menabung di Bank Syariah mendapat keuntungan materil dan spiritual.

C. Pelayanan

1. Anda Merasa Puas dengan pelayanan Bank setelah di ubah menjadi Syariah.
2. Anda merasa kurang puas dengan layanan ATM Bank Syariah yang susah ditemui di luar kota
3. Anda merasa pelayanan ketika datang ke bank sebelum dan sesudah menjadi syariah sama saja
4. Anda merasa tidak puas dengan masalah jaringan di bank
5. Anda merasa setelah di konversi bank syariah

pelayanan semakin
membaik

D. Pendapatan Masyarakat

1. Dengan pendapatan yang tinggi anda memutuskan untuk menabung
2. Dengan pendapatan yang rendah anda memutuskan untuk menabung
3. Apakah Bank Memberikan Keuntungan Materil Setelah di Konversi menjadi syariah
4. Apakah menabung di Bank Syariah merubah perilaku konsumtif
5. Menabung di Bank Syariah memberikan dampak positif terhadap pendapatan

E. Keputusan Menabung

1. Pengetahuan tentang produk menjadi faktor

- penting dalam
menabung
2. Pelayanan yang
memuaskan menjadi
faktor dalam
memutuskan menabung.
3. Faktor pendapatan
menjadi pertimbangan
dalam memutuskan
menabung
4. Pengetahuan produk
yang tinggi tidak
menjadi faktor dalam
proses masyarakat
memutuskan menabung
di bank syariah
- Faktor Syariah menjadi
faktor utama dalam
menabung

LAMPIRAN C

HASIL PENELITIAN

Skor Total Angket Variabel Pengetahuan Produk (X₁)

Nomor Responden	Nomor Butir Angket					Skor Total
	1	2	3	4	5	
1.	4	4	4	4	5	21
2.	4	5	5	4	4	22
3.	4	3	4	3	3	17
4.	4	4	3	3	4	18
5.	2	2	2	1	1	8
6.	4	2	2	2	4	14
7.	2	1	1	1	1	6
8.	3	3	4	4	3	17
9.	4	3	3	4	4	18
10.	1	1	1	1	1	5
11.	4	3	3	2	4	16
12.	4	3	3	4	4	18
13.	4	4	4	3	3	18
14.	4	3	4	1	3	15
15.	3	3	3	4	4	17
16.	4	4	4	4	4	20
17.	5	5	3	3	3	19
18.	5	5	4	4	4	22
19.	2	2	2	2	2	10
20.	2	1	2	2	2	9
21.	2	4	4	2	2	14
22.	1	1	2	2	1	7
23.	1	1	2	2	2	8
24.	2	2	1	2	2	9
25.	2	2	2	2	2	10
26.	1	2	2	2	2	9
27.	1	2	2	1	2	8
28.	1	2	2	2	2	9
29.	2	2	2	2	2	10
30.	2	2	2	2	2	10
31.	2	2	2	2	2	10
32.	2	2	2	2	2	10

33.	3	2	2	2	2	11
34.	4	3	4	3	3	17
35.	4	4	4	5	2	19
36.	4	4	4	4	2	18
37.	4	4	3	4	3	18
38.	3	3	4	3	3	16
39.	2	4	4	2	2	14
40.	4	4	4	4	4	20
41.	1	2	2	2	2	9
42.	4	5	5	2	4	20
43.	2	2	4	4	4	16
44.	3	3	4	4	3	17
45.	3	3	4	4	4	18
46.	4	4	4	4	1	17
47.	4	4	4	4	4	20
48.	4	5	5	4	4	22
49.	4	4	4	4	4	20
50.	4	4	4	4	4	20
51.	4	4	5	4	4	21
52.	4	4	4	4	4	20
53.	4	4	4	4	4	20
54.	5	4	5	4	4	22
55.	5	4	5	5	4	23
56.	4	4	5	5	4	22
57.	4	4	4	4	4	20
58.	2	3	3	3	2	13
59.	5	5	4	4	5	23
60.	5	5	5	4	5	24
61.	4	4	5	5	5	23
62.	4	4	4	5	3	20
63.	5	5	5	4	4	23
64.	4	4	3	4	4	19
65.	2	2	2	4	4	14
66.	2	2	4	4	4	16
67.	4	5	5	5	5	24
68.	4	4	3	4	4	19
69.	4	4	4	4	5	21
70.	4	4	5	4	4	21
71.	4	4	5	4	4	21

72.	4	3	4	3	4	18
73.	3	3	4	4	4	18
74.	4	3	3	4	3	17
75.	4	4	5	4	4	21
76.	2	3	3	3	2	13
77.	4	3	3	4	4	18
78.	4	4	4	3	4	19
79.	5	4	4	5	4	22
80.	1	2	2	2	1	8
81.	4	5	5	4	4	22
82.	4	4	4	5	5	22
83.	4	4	5	4	4	21
84.	4	4	5	5	4	22
85.	4	4	5	4	4	21
86.	2	2	2	2	3	11
87.	3	3	2	3	3	14
88.	4	4	4	3	4	19
89.	5	4	4	5	5	23
90.	4	4	3	3	4	18
91.	2	4	4	2	2	14
92.	4	4	4	4	4	20
93.	3	4	4	3	3	17
94.	4	5	4	4	4	21
95.	3	4	4	4	4	19
96.	4	4	5	4	4	21
97.	1	2	1	2	1	7
98.	2	4	2	3	2	13
99.	4	4	4	5	4	21
100.	1	2	1	2	1	7

Skor Total Angket Variabel Pelayanan (X₂)

No. Responden	Nomor Butir Angket					Skor Total
	1	2	3	4	5	
1.	4	4	4	4	4	20
2.	2	2	5	4	2	15
3.	4	3	4	5	5	21
4.	1	5	4	4	3	17
5.	2	5	4	5	1	17
6.	1	4	4	4	3	16

7.	1	1	1	1	2	6
8.	4	4	3	4	4	19
9.	3	3	4	4	4	18
10.	1	2	1	2	2	8
11.	4	2	4	5	5	20
12.	1	1	5	5	1	13
13.	4	3	3	3	3	16
14.	2	5	5	5	1	18
15.	3	4	4	5	3	19
16.	4	3	4	4	4	19
17.	4	5	4	4	4	21
18.	5	3	3	4	4	19
19.	2	5	4	2	1	14
20.	1	5	5	5	1	17
21.	2	5	4	4	2	17
22.	2	5	5	2	1	15
23.	1	5	5	5	2	18
24.	1	5	5	5	1	17
25.	1	4	4	4	2	15
26.	1	4	4	4	2	15
27.	1	1	4	2	1	9
28.	1	1	4	2	2	10
29.	1	1	4	1	1	8
30.	1	1	4	1	1	8
31.	1	1	4	1	1	8
32.	3	3	3	5	2	16
33.	2	2	4	2	3	13
34.	3	3	3	3	3	15
35.	4	4	4	3	3	18
36.	4	3	3	3	4	17
37.	4	2	3	3	4	16
38.	3	5	4	4	3	19
39.	3	4	3	3	3	16
40.	4	4	4	4	4	20
41.	4	4	4	4	4	20
42.	4	4	3	3	4	18
43.	2	4	2	4	2	14
44.	2	1	2	4	2	11
45.	2	4	2	4	2	14

46.	5	2	1	1	5	14
47.	4	4	4	4	4	20
48.	4	5	3	3	4	19
49.	4	4	4	4	4	20
50.	4	4	4	4	4	20
51.	5	4	3	3	4	19
52.	4	4	3	3	4	18
53.	4	4	3	3	4	18
54.	4	4	4	3	4	19
55.	4	4	5	3	4	20
56.	3	3	4	4	4	18
57.	4	1	3	1	4	13
58.	3	4	4	3	3	17
59.	4	4	3	3	4	18
60.	3	4	1	5	3	16
61.	4	5	4	1	5	19
62.	4	4	4	1	4	17
63.	1	1	3	5	1	11
64.	4	3	5	2	3	17
65.	4	3	5	2	3	17
66.	4	3	5	2	3	17
67.	5	4	3	3	5	20
68.	3	5	4	4	3	19
69.	3	4	4	4	3	18
70.	4	2	4	3	4	17
71.	4	4	5	5	4	22
72.	5	5	5	1	3	19
73.	5	5	4	1	5	20
74.	3	4	2	3	4	16
75.	4	2	3	2	4	15
76.	3	4	5	2	3	17
77.	4	3	4	4	4	19
78.	3	2	3	2	3	13
79.	2	3	2	2	2	11
80.	5	5	5	4	5	24
81.	3	3	3	5	2	16
82.	1	1	3	5	2	12
83.	4	4	4	2	3	17
84.	5	5	4	5	4	23

85.	2	1	3	2	2	10
86.	1	2	3	2	1	9
87.	4	4	3	4	4	19
88.	4	4	1	3	3	15
89.	3	3	3	1	2	12
90.	3	4	4	4	3	18
91.	1	5	4	5	1	16
92.	4	4	4	4	4	20
93.	3	4	5	5	3	20
94.	3	2	2	2	3	12
95.	3	1	2	3	3	12
96.	5	4	5	4	4	22
97.	1	1	1	1	1	5
98.	2	4	4	5	2	17
99.	4	4	4	4	4	20
100.	2	3	3	3	2	13

Skor Total Angket Variabel Pendapatan Masyarakat (X₃)

No. Responden	Nomor Butir Angket					Skor Total
	1	2	3	4	5	
1.	4	3	4	1	1	13
2.	4	3	4	3	3	17
3.	5	5	4	3	3	20
4.	5	1	2	2	2	12
5.	5	1	1	1	1	9
6.	5	1	3	3	2	14
7.	1	2	2	2	2	9
8.	4	3	4	4	4	19
9.	3	3	4	4	3	17
10.	1	2	2	2	2	9
11.	4	3	3	3	2	15
12.	4	3	4	2	2	15
13.	4	4	3	3	3	17
14.	4	3	4	4	4	19
15.	4	3	4	4	4	19
16.	4	3	4	3	4	18
17.	5	3	3	5	4	20
18.	4	5	4	3	3	19
19.	2	2	1	2	2	9

20.	2	2	2	2	1	9
21.	2	2	1	2	2	9
22.	2	2	2	1	2	9
23.	2	2	1	2	2	9
24.	2	2	1	2	2	9
25.	2	2	2	2	2	10
26.	2	2	1	2	1	8
27.	1	2	1	2	1	7
28.	1	2	1	2	1	7
29.	1	1	1	2	1	6
30.	1	1	1	2	1	6
31.	1	1	1	2	1	6
32.	4	2	2	2	2	12
33.	3	2	2	3	1	11
34.	4	3	4	3	3	17
35.	4	3	4	3	3	17
36.	4	4	3	4	3	18
37.	4	2	3	4	4	17
38.	3	3	3	3	4	16
39.	4	4	2	2	2	14
40.	4	4	4	4	4	20
41.	4	4	4	4	4	20
42.	4	4	4	5	5	22
43.	4	2	2	2	2	12
44.	4	2	2	2	2	12
45.	4	2	4	4	4	18
46.	5	1	1	5	5	17
47.	4	4	4	4	4	20
48.	4	4	4	4	4	20
49.	4	4	4	4	4	20
50.	4	4	4	4	4	20
51.	4	4	4	4	4	20
52.	4	4	4	4	4	20
53.	4	4	4	4	4	20
54.	4	4	3	3	4	18
55.	5	4	3	3	5	20
56.	4	4	4	4	4	20
57.	4	4	4	4	4	20
58.	5	3	3	3	3	17

59.	4	3	4	4	4	19
60.	5	5	2	3	5	20
61.	5	1	4	4	5	19
62.	4	4	4	4	4	20
63.	4	3	4	2	5	18
64.	4	2	3	3	4	16
65.	4	2	3	3	4	16
66.	4	2	3	3	4	16
67.	4	3	4	5	4	20
68.	3	3	3	3	3	15
69.	5	3	5	5	4	22
70.	3	3	3	3	4	16
71.	5	4	4	4	5	22
72.	5	5	5	5	5	25
73.	5	2	4	2	4	17
74.	4	4	2	1	3	14
75.	4	3	4	2	4	17
76.	4	5	4	3	2	18
77.	4	3	4	4	4	19
78.	4	2	3	4	3	16
79.	4	4	2	4	5	19
80.	5	1	5	1	5	17
81.	4	4	4	4	4	20
82.	4	4	4	4	3	19
83.	4	4	4	4	4	20
84.	4	4	4	4	4	20
85.	4	1	2	4	5	16
86.	4	4	4	2	4	18
87.	4	4	4	4	4	20
88.	5	3	3	5	2	18
89.	5	5	3	3	3	19
90.	4	2	2	4	3	15
91.	1	4	2	2	2	11
92.	4	4	4	4	4	20
93.	5	5	3	4	5	22
94.	4	4	4	4	4	20
95.	4	5	5	5	5	24
96.	4	4	4	4	4	20
97.	1	1	1	1	1	5

98.	4	3	1	2	2	12
99.	5	3	4	4	5	21
100.	5	5	3	4	5	22

Skor Total Angket Variabel Keputusan Menabung (Y)

No. Responden	Nomor Butir Angket					Skor Total
	1	2	3	4	5	
1.	4	5	4	4	4	21
2.	3	4	4	3	4	18
3.	3	4	4	4	4	19
4.	5	5	5	3	3	21
5.	4	5	5	3	2	19
6.	4	5	5	4	4	22
7.	1	1	1	2	2	7
8.	3	3	4	4	3	17
9.	4	4	4	4	4	20
10.	1	1	1	2	1	6
11.	4	3	4	4	3	18
12.	4	3	4	3	4	18
13.	4	4	4	4	4	20
14.	4	3	4	3	4	18
15.	4	3	4	3	3	17
16.	4	3	4	3	3	17
17.	4	4	5	2	3	18
18.	3	4	4	5	4	20
19.	2	4	2	4	1	13
20.	2	4	2	4	2	14
21.	2	4	2	4	2	14
22.	2	5	2	4	2	15
23.	4	5	2	1	5	17
24.	2	5	2	1	2	12
25.	4	4	4	2	1	15
26.	4	4	4	2	1	15
27.	2	1	1	4	2	10
28.	1	1	1	2	1	6
29.	1	1	1	2	1	6
30.	1	1	1	2	1	6
31.	1	1	1	2	1	6
32.	2	4	2	4	2	14

33.	2	2	3	3	2	12
34.	3	3	4	3	3	16
35.	3	4	4	4	4	19
36.	4	3	4	3	4	18
37.	4	4	5	3	4	20
38.	4	4	4	4	4	20
39.	2	4	4	4	3	17
40.	4	4	4	4	4	20
41.	4	4	4	4	4	20
42.	5	4	5	4	5	23
43.	4	4	2	4	2	16
44.	4	2	4	4	2	16
45.	4	4	4	4	2	18
46.	5	5	5	1	1	17
47.	4	4	4	4	4	20
48.	4	4	4	3	4	19
49.	4	4	4	4	4	20
50.	4	4	4	4	4	20
51.	4	4	3	3	5	19
52.	4	3	3	4	4	18
53.	4	4	4	3	5	20
54.	4	4	4	4	4	20
55.	4	4	5	5	5	23
56.	5	5	4	4	4	22
57.	4	4	4	4	4	20
58.	3	3	2	3	3	14
59.	4	5	5	4	5	23
60.	5	5	5	1	3	19
61.	4	4	4	4	5	21
62.	3	4	4	4	4	19
63.	3	3	2	3	4	15
64.	2	3	4	4	3	16
65.	2	3	5	4	3	17
66.	2	3	4	4	3	16
67.	4	4	4	4	5	21
68.	3	3	3	4	3	16
69.	4	3	4	3	4	18
70.	4	4	3	4	4	19
71.	4	4	4	4	5	21

72.	5	5	4	4	4	22
73.	4	4	3	4	4	19
74.	4	3	3	2	4	16
75.	4	4	4	4	4	20
76.	2	2	5	5	5	19
77.	4	4	3	4	1	16
78.	5	4	3	2	5	19
79.	5	5	5	3	5	23
80.	4	5	1	1	1	12
81.	4	4	5	4	4	21
82.	2	3	3	4	3	15
83.	4	4	4	4	4	20
84.	4	4	4	4	4	20
85.	4	4	2	4	3	17
86.	2	4	4	2	2	14
87.	2	5	5	2	2	16
88.	4	4	4	3	3	18
89.	5	5	5	2	2	19
90.	3	3	4	3	3	16
91.	2	1	1	1	2	7
92.	4	4	4	4	4	20
93.	5	5	5	5	5	25
94.	4	4	4	3	3	18
95.	5	4	5	1	5	20
96.	4	4	4	4	5	21
97.	1	1	1	1	1	5
98.	3	4	3	4	3	17
99.	5	4	3	3	5	20
100.	5	4	5	1	5	20

Hasil Uji SPSS

A. Uji Validitas

1. Variabel Pengetahuan Produk (X₁)

Correlations

	Item_1	Item_2	Item_3	Item_4	Item_5	Skor_Total
Item_1 Pearson Correlation	1	,797**	,732**	,703**	,764**	,907**
Item_1 Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000
Item_1 N	100	100	100	100	100	100
Item_2 Pearson Correlation	,797**	1	,801**	,662**	,653**	,885**
Item_2 Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000
Item_2 N	100	100	100	100	100	100
Item_3 Pearson Correlation	,732**	,801**	1	,710**	,698**	,894**
Item_3 Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000
Item_3 N	100	100	100	100	100	100
Item_4 Pearson Correlation	,703**	,662**	,710**	1	,725**	,859**
Item_4 Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000
Item_4 N	100	100	100	100	100	100
Item_5 Pearson Correlation	,764**	,653**	,698**	,725**	1	,870**
Item_5 Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000
Item_5 N	100	100	100	100	100	100
Skor_Total Pearson Correlation	,907**	,885**	,894**	,859**	,870**	1
Skor_Total Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
Skor_Total N	100	100	100	100	100	100

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

2. Variabel Pelayanan (X₂)

Correlations

	Item_1	Item_2	Item_3	Item_4	Item_5	Skor_Total
Item_1 Pearson Correlation	1	,309**	,055	-,050	,860**	,707**
Item_1 Sig. (2-tailed)		,002	,586	,621	,000	,000
Item_1 N	100	100	100	100	100	100
Item_2 Pearson Correlation	,309**	1	,361**	,352**	,243*	,733**
Item_2 Sig. (2-tailed)	,002		,000	,000	,015	,000

	N	100	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	,055	,361**	1	,236*	-,003	,490**
Item_3	Sig. (2-tailed)	,586	,000		,018	,974	,000
	N	100	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	-,050	,352**	,236*	1	,008	,503**
Item_4	Sig. (2-tailed)	,621	,000	,018		,934	,000
	N	100	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	,860**	,243*	-,003	,008	1	,684**
Item_5	Sig. (2-tailed)	,000	,015	,974	,934		,000
	N	100	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	,707**	,733**	,490**	,503**	,684**	1
Skor_	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
Total	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. Variabel Pendapatan Masyarakat (X₃)

Correlations

	Item_1	Item_2	Item_3	Item_4	Item_5	Skor_Total
	Pearson Correlation	1	,391**	,594**	,489**	,636**
Item_1	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	,391**	1	,557**	,449**	,464**
Item_2	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	,594**	,557**	1	,565**	,651**
Item_3	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	,489**	,449**	,565**	1	,663**
Item_4	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	,636**	,464**	,651**	,663**	1
Item_5	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	,779**	,717**	,844**	,788**	,861**
Skor_	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000
Total	N	100	100	100	100	100

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

4. Variabel Keputusan Menabung (Y)

Correlations

	Item_1	Item_2	Item_3	Item_4	Item_5	Skor_Total
Item_1 Pearson Correlation	1	,658**	,632**	,098	,576**	,809**
Item_1 Sig. (2-tailed)		,000	,000	,331	,000	,000
Item_1 N	100	100	100	100	100	100
Item_2 Pearson Correlation	,658**	1	,563**	,172	,376**	,745**
Item_2 Sig. (2-tailed)	,000		,000	,087	,000	,000
Item_2 N	100	100	100	100	100	100
Item_3 Pearson Correlation	,632**	,563**	1	,271**	,535**	,822**
Item_3 Sig. (2-tailed)	,000	,000		,006	,000	,000
Item_3 N	100	100	100	100	100	100
Item_4 Pearson Correlation	,098	,172	,271**	1	,380**	,507**
Item_4 Sig. (2-tailed)	,331	,087	,006		,000	,000
Item_4 N	100	100	100	100	100	100
Item_5 Pearson Correlation	,576**	,376**	,535**	,380**	1	,793**
Item_5 Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000
Item_5 N	100	100	100	100	100	100
Skor_Total Pearson Correlation	,809**	,745**	,822**	,507**	,793**	1
Skor_Total Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
Skor_Total N	100	100	100	100	100	100

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

B. Uji Reliabilitas

1. Variabel Pengetahuan Produk (X₁)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	100	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,929	5

2. Variabel Pelayanan (X₂)

Case Processing Summary

	N	%
Valid	100	100,0
Cases Excluded ^a	0	,0
Total	100	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,613	5

3. Variabel Pendapatan Masyarakat (X₃)

Case Processing Summary

	N	%
Valid	100	100,0
Cases Excluded ^a	0	,0
Total	100	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,858	5

4. Variabel Keputusan Menabung (Y)

Case Processing Summary

	N	%
Valid	100	100,0
Cases Excluded ^a	0	,0
Total	100	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,792	5

LAMPIRAN D

DOKUMENTASI OBSERVASI





