

**PENGARUH PERSEPSI MASYARAKAT DESA
POMPANIKI TERHADAP MINAT MENABUNG PADA
BANK SYARIAH INDONESIA (BSI)**

Skripsi

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi (S.E) pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo*



**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
2022**

**PENGARUH PERSEPSI MASYARAKAT DESA
POMPANIKI TERHADAP MINAT MENABUNG PADA
BANK SYARIAH INDONESIA (BSI)**

Skripsi

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi (S.E) pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo*



IAIN PALOPO

Diajukan Oleh

HASRIANI

18 0402 0128

Pembimbing:

Jibria Ratna Yasir, SE.,M.Si.

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
2022**

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Hasriani
Nim : 18 0402 0128
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul : Pengaruh Persepsi Masyarakat Desa Pompaniki
Terhadap Minat Menabung Pada Bank Syariah
Indonesia.

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

1. Skripsi ini benar merupakan hasil karya sendiri, bukan plagiasi atau dipublikasi dari karya orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.
2. Seluruh bagian dari skripsi ini adalah karya saya selain kutipan yang ditunjukan sumbernya. Segala kekeliruan yang ada di dalamnya adalah tanggung jawab saya sendiri.

Bila mana dikemudian hari pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi administratif atas perbuatan tersebut dan gelar akademik yang saya peroleh karenanya dibatalkan.

Demikian pernyataan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palopo,
Yang membuat pernyataan,

Hasriani

NIM. 18 0402 0128

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi berjudul Pengaruh Persepsi Masyarakat Desa Pompaniki terhadap Minat Menabung pada Bank Syariah Indonesia yang ditulis oleh Hasriani Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 18 0402 0128, Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo, yang dimunaqasyahkan pada hari Selasa, tanggal 22 November 2022 Miladiyah bertepatan dengan 26 Rabiul Awal 1444 Hijriah telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan diterima sebagai syarat meraih gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Palopo, 19 Desember 2022

TIM PENGUJI

- | | | |
|---|-------------------|---------|
| 1. Dr. Takdir, S.H., M.H. | Ketua Sidang | (.....) |
| 2. Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.EI., M.A | Sekretaris Sidang | (.....) |
| 3. Burhan Rifuddin, S.E., M.M | Penguji I | (.....) |
| 4. Arzalsyah S, S.E., M.Ak | Penguji II | (.....) |
| 5. Jibria Ratna Yasir, S.E., M.Si | Pembimbing | (.....) |

Mengetahui:

a.n. Rektor IAIN Palopo
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Ketua Program Studi
Perbankan Syariah

Dr. Takdir, S.H., M.H
NIP. 197907242003121002

Hendra Safri, SE., M.M.
NIP. 19861020 2015503 1 001

PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ ، وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ ، سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ أَمَّا بَعْدُ

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah swt. yang telah menganugerahkan rahmat, hidayah serta kekuatan lahir dan batin, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Persepsi Masyarakat Desa Pompaniki Terhadap Minat Menabung Pada Bank Syariah Indonesia”.Setelah melalui proses yang panjang.

Salawat dan salam kepada Nabi Muhammad saw. kepada para keluarga, sahabat dan pengikut-pengikutnya. Skripsi ini di susun sebagai syarat yang harus diselesaikan, guna memperoleh gelar sarjana dalam bidang Perbankan syariah Institut Agama Islam Negri (IAIN) Palopo. Penulisan skripsi ini dapat terselesaikan berkat bantuan, bimbingan serta dorongan dari banyak pihak walaupun penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang tak terhingga dengan penuh ketulusan hati dan keikhlasan kepada kedua yang sangat saya cintai, Ibunda Asma dan Ayahanda Sabadi yang selalu mendoakan keselamatan dan kesuksesan bagi anak-anaknya dan telah mengasuh dan mendidik penulis dengan penuh kesabaran, yang telah memberikan banyak pengorbana. Penulis sadar tidak akan mampu membalas semua itu, hanya doa yang dapat penulis berikan untuk mereka semoga senantiasa seselalu berada dalam lindungan Allah Swt.

Penulis juga menyampaikan terimakasih kepada semua pihak,yaitu :

1. Prof. Dr. Abdul Pirol, M.Ag. selaku Rektor IAIN Palopo, Dr.H. Muammar Arafat, M.H selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Kelembagaan, Dr. Ahmas Syarif Iskandar S.E.,M.H. selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan, dan Keuangan, Dr. Muhaemin, M.A. selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
2. Dr. Takdir, S.H., M.H., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Muhammad Ruslan Abdullah, S.E.I.,M.A., selaku Wakil Dekan Bidang Akademik, Tadjuddin, S.E., M.Si., Ak., CA., CSRS., CAPM., CAPF., CSRA., selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan
3. Hendra Safri, S.E., M.M., selaku Ketua Prodi Perbankan Syariah.
4. Jibriya Ratna Yasir, SE.,M.Si., selaku pembimbing yang senantiasa mencurahkan segenap ilmu dan meluangkan waktu demi memberikan bimbingan, arahan serta semangat kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini.
5. Burhan Rifuddin, SE., M.M. selaku dosen penguji utama dan Arzalsyah, SE., M.Ak. Selaku dosen penguji kedua yang senantiasa memberikan arahan dan masukan dalam penyusunan skripsi ini.
6. Kepala Unit Perpustakaan IAIN Palopo H. Madehang, S.Ag., M.Pd., beserta staf yang telah menyediakan buku - buku/literature untuk keperluan studi kepustakaan dalam menyusun skripsi ini dan seluruh staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang membantu kelancaran pengurusan berkas-berkas skripsi ini sampai meraih gelas SE.

7. Muhammad Tahmid Nur, Dr., M.Ag., selaku Dosen Penasehat Akademik. Yang selalu memberikan masukan dan semangat dalam penyusunan skripsi ini.
8. Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP), dan Seluruh Aparat dan Staf Desa Pompaniki yang telah memberikan izin kepada peneliti untuk melakukan penelitian dan bersedia membantu dalam proses penelitian skripsi ini.
9. Kepada sahabat seperjuangan Indah, Nadia, Gita, Oenika, Hardianti, Cici, Ayu, dan Hatika yang selalu memberi semangat, dukungan dan masukan dari sejak dibangku perkuliahan hingga pada tahap penyelesaian skripsi.
10. Kepada semua teman seperjuangan, mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah IAIN Palopo angkatan 2018 (khususnya kelas PBSB) yang selama ini membantu dan selalu memberikan saran dalam penyusunan skripsi ini.

Mudah - mudahan bantuan, motivasi, dorongan, kerjasama, dan amal bakti yang telah diberikan kepada penulis mendapat balasan yang layak di sisi Allah SWT.

Dalam penulisan skripsi ini penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran dari berbagai pihak yang sifatnya membangun sangat diharapkan.

Akhir penulis berharap, semoga skripsi ini bermanfaat dan semoga Allah SWT menuntun kearah yang benar dan lurus.

Palopo,

Penulis

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

A. Transliterasi Arab-Latin

Daftar huruf Bahasa arab dan translitenya kedalam huruf latin dapat dilihat pada tabel berikut ini:

1. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	ḏal	ḏ	zet (dengan titik di bawah)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	apostrof terbalik
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	’	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak diawalkataa mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda

apa pun, jika ia terletak di tengah atau di akhir maka ditulis dengan tanda (').

1. Vokal

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

Vokal tunggal Bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, translitennya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	<i>Fathah</i>	A	A
إ	<i>Kasrah</i>	I	I
أ	<i>Dammah</i>	U	U

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, translitennya berupa gabungan huruf:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
أَئ	<i>fathah dan yā'</i>	ai	a dan i
أَوْ	<i>fathah dan wau</i>	au	a dan u

2. Maddah

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

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
اَ	<i>Fathah dan alif atau ya'</i>	A	a garis di atas
إَ	<i>Kasrah dan ya'</i>	I	i garis di atas
أَ	<i>Dammah dan wau</i>	U	u garis di atas

مَات: *māta*

رَمِي: *rāmā*

قِيلَ: *qīla*

يَمُوت: *yamūtu*

4. *Tā marbūtah*

Transliterasi untuk *tā' marbūtah* ada dua, yaitu *tā' marbūtah* yang hidup atau mendapat harakat *fathah*, *kasrah*, dan *dammah*, transliterasinya adalah [t]. Sedangkan *tā' marbūtah* yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang berakhir dengan *tā' marbūtah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *tā' marbūtah* itu ditransliterasikan dengan ha [h].

Contoh :

روضۃ الاطفال	: <i>raudah al-atfāl</i>
المدینة الفاضلة	: <i>al-madīnah al-fādilah</i>
احکمة	: <i>al-hikma</i>

5. *Syaddah (Tasydīd)*

Syaddah atau *tasydīd* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *tasydīd* (ّ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda *syaddah*.

Contoh:

ربنا	: <i>rabbānā</i>
نجنا	: <i>najjainā</i>
الحقنا	: <i>al-haqq</i>
نعم	: <i>nu'ima</i>
عدو	: <i>'aduwwun</i>

Jika huruf ى ber-*tasydid* di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf *kasrah* (ِ), maka ia ditransliterasi seperti huruf *maddah* menjadi *ī*.

Contoh:

علي : 'Alī (bukan 'Aliyy atau 'Aly)

: ‘Arabī (bukan A’rabiyy atau ‘Araby)

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf ال (*alif lam ma’rifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa , al-, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsi yah* maupun huruf *qamariyah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh:

الشمس : *al-syamsu* (bukan *asy-syamsu*)

الزلزلة : *al-zalزالah* (bukan *az-zalزالah*)

الفلسفة : *al-falsafah*

البلاد : *al-bilādu*

7. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (') hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun, bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif.

Contoh:

تَأْمُرُونَ : *ta'murūna*

: *al-nau'*

شيء : *syai'un*

امرت : *umirtu*

8. Penulisan Kata Arab yang Lazim Digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari perbendaharaan bahasa Indonesia, atau sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, atau lazim digunakan dalam dunia

akademik tertentu, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya, kata al-Qur'an (*dari al-Qur'ān*), alhamdulillah, dan munaqasyah. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka harus ditransliterasi secara utuh.

Contoh:

Syarh al-Arba'īn al-Nawāwī

Risālah fī Ri'āyah al-Maslahah

Lafz al-Jalālah

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf *jarr* dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudāf ilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh:

الله دین *dīnullāh* بالله *billāh*

Adapun *tā'marbūtah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafz al-jalālah*, diteransliterasi dengan huruf [t].

Contoh:

هم في رحمة الله *hum fī rahmatillāh*

10. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital (*All Caps*), dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (al-), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf

kapital (al-). Ketentuan yang sama juga berlaku untuk huruf awal dari judul referensi yang didahului oleh kata sandang al-, baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan (CK, DP, CDK, dan DR). Contoh:

Wa mā Muhammadun illā rasūl

Inna awwala baitin wudi'a linnāsi lallazī bi Bakkata mubārakan

Syahru Ramadān al-lazī unzila fīhi al-Qurān

Nasīr al-Dīn al-Tūsī

Nasr Hāmid Abū Zayd

Al-Tūfī

Al-Maslahah fī al-Tasyrī' al-Islāmī

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata Ibnu (anak dari) dan Abū (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi. Contoh

Abū al-Walīd Muhammad ibn Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd, Abu al Wahid Muhammad (bukan: Rusyid, Abu al Walid Muhammad Ibnu)
Nasr Hāmid Abū Zaīd, ditulis menjadi: Abū Zaīd, Nasr Hāmid (bukan, Zaīd Nasr Hāmid Abū)

SWT. = *subhanahu wata`ala*

SAW. = *shallallahu `alaihi wasallam*

as = *`alaihi as-salam*

H = Hijriah

M = Masehi

SM = Sebelum Masehi

I = lahir tahun (untuk orang yang masih hidup saja)

w = wafat tahun

Qs.../...4 = QS al-Baqarah /2:4 atau QS Ali-`Imran/3:4

HR = Hadis Riwayat

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
PRAKATA.....	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB DAN SINGKATAN	vii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR AYAT.....	xvi
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR GAMBAR/BAGAN	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
DAFTAR STILAH	xx
ABSTRAK	xx
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penulisan	8
D. Manfaat Penulisan	8
 BAB II KAJIAN TEORI.....	 10
A. Kajian Penelitian Terdahulu Yang Relevan	10
B. Landasan Teori	13
C. Kerangka Pikir.....	25
D. Hipotesis Penelitian.....	27
 BAB III METODE PENELITIAN	 28
A. Jenis Penelitian	28
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	29
C. Populasi dan Sampel.....	29
D. Teknik Pengumpulan Data	31
E. Instrumen Penelitian.....	31
F. Definisi Operasional.....	32
G. Teknik Analisis Data	35
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	 39
A. Hasil Penelitian.....	39

B. Pembahasan	59
BAB V PENUTUP	63
A. Kesimpulan	63
B. Saran	63
DAFTARPUSTAKA	65
LAMPIRAN-LAMPIRAN	



DAFTAR AYAT

Kutipan Ayat Q.S Al-Baqarah	13
-----------------------------------	----



DAFTAR TABEL

Tabel Penelitian Terdahulu Yang Relevan	10
Tabel 2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	40
Tabel 2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	41
Tabel 3.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	41
Tabel 4.1 Uji Validitas Variabel Persepsi	43
Tabel 4.2 Uji Validitas Variabel Minat Menabung.....	43
Tabel 4.3 Uji Reliabilitas	45
Tabel 5.1 Analisis Statistik Deskriptif Persepsi	46
Tabel 5.2 Persentase Kategorisasi Persepsi	46
Tabel 5.3 Analisis Statistik Deskriptif Minat Menabung.....	47
Tabel 5.4 Persentase Kategorisasi Minat Menabung	48
Tabel 6.1 Indikator Seleksi	49
Tabel 6.2 Indikator Organisasi.....	50
Tabel 6.3 Indikator Interpretasi.....	51
Tabel 6.4 Indikator Tertarik Untuk Mencari Informasi	52
Tabel 6.5 Indikator Mempertimbangkan Untuk Membeli	53
Tabel 6.6 Indikator Tertarik Untuk Mencoba	53
Tabel 6.7 Indikator Ingin Mengetahui Produk.....	54
Tabel 6.8 Indikator Ingin Memiliki Produk	55
Tabel 7.1 Analisis Regresi Sederhana.....	57
Tabel 7.2 Uji T.....	58
Tabel 7.3 R Square.....	59

DAFTAR GAMBAR/BAGAN

Kerangka Pikir.....	26
---------------------	----



DAFTAR LAMPIR

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian
Lampiran 2 Izin Penelitian
Lampiran 3 Surat Keterangan Selesai Meneliti
Lampiran 4 Uji Validitas & Reliabilitas
Lampiran 5 Dokumentasi Penelitian
Lampiran 6 Hasil Kuesioner



ABSTRAK

Hasriani, 2022 “ Pengaruh Persepsi Masyarakat Desa Pompaniki Terhadap Minat Menabung pada Bank Syariah Indonesia (BSI)”. Skripsi Program Studi Perbankan Syariah Institut Agama Islam Negeri Palopo di Bimbing Oleh Jibria Ratna Yasir, S.E.,M.Si.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh Persepsi masyarakat desa Pompaniki terhadap minat menabung pada bank syariah Indonesia. Jenis penelitian yang di gunakan pada penelitian ini adalah kuantitatif dengan uji Statistik yang di gunakan adalah analisis regresi sederhana adapun populasi dalam penelitian ini adalah Masyarakat desa Pompaniki yang berumur 17 sampai dengan 50 tahun yang beraga muslim dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *proportionate startifiet random sampling atau metode slovin*. Hasil penelitian adalah menunjukkan secara parsial variabel Persepsi masyarakat desa Pompaniki (X) berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah yang berarti H_a di terima. Dilihat dari hasil uji t yang mempunyai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4.808 > 1.65714$) membuktikan adanya pengaruh yang sidnifikan antara Persepsi masyarakat desa Pompaniki terhadap minat menabung pada Bank syariah secara parsial serta nilai signifikansi 0.000 lebih kecil dari 0,05. Dari hasil pengujian juga didapatkan nilai R square sebesar 0,158 menunjukan bahwa Persepsi masyarakat desa Pompaniki sebesar 15,8% berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah Indonesia dan 84,2% di pengaruhi faktor lain.

Kata Kunci: Persepsi, Minat Menabung

ABSTRACT

Hasriani, 2022 "The Influence of the People's Perception of Pompaniki Village on Interest in Savings at Bank Syariah Indonesia (BSI)". Thesis of Islamic Banking Study Program Palopo State Islamic Institute Guided By Jibria Ratna Yasir, S.E., M.Si.

This study aims to find out how the perception of the people of the Pompaniki village influences the interest in saving at Indonesian Islamic banks. The type of research used in this study is quantitative using statistical tests. The statistical test used is simple regression analysis while the population in this study is the Pompaniki village community aged 17 to 50 years with the sampling technique using proportionate stratified random sampling or the slovin method. The result of the research shows that partially the variable of the perception of the Pompaniki village community (X) has an effect on the interest in saving in Islamic banks, which means that H_0 is accepted. Judging from the results of the t-test which has $t_{count} > t_{table}$ ($4.808 > 1.65714$), it proves that there is a significant effect between the perception of the Pompaniki village community on the interest in saving in Islamic banks partially and the significance value of 0.000 is greater than 0.05. From the test results, the R square value of 0.158 shows that the perception of the Pompaniki village community of 15.8% affects the interest in saving in Indonesian Islamic banks and 84.2% is influenced by other factors.

Keywords: Perception, Interest in Saving

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Lembaga keuangan perbankan merupakan lembaga keuangan yang bertugas menghimpun dana dari masyarakat guna memenuhi kebutuhan bagi pihak bank atau pihak yang membutuhkan, baik itu berupa produktif maupun konsumtif, lembaga perbankan sendiri di Indonesia telah terbagi atas dua yaitu lembaga yang bersifat konvensional dan lembaga yang bersifat syariah.¹

Bank yang bersifat konvensional adalah bank yang dalam transaksi apapun atau sistem operasionalnya menjalankan sistem bunga (*interestfee*), sedangkan yang bersifat syariah adalah dalam menjalankan sistem operasionalnya menjalankan prinsip syariah islam. Perbedaan mendasar antara bank konvensional dan bank syariah, bank umum atau konvensional memberikan adanya tambahan syarat di awal, dan syarat tambahan inilah yang dikenal dengan nama bunga, dan itulah yang di sebut juga dengan riba. Sebagian besar produk bank konvensional adalah simpan pinjam yang di kenal dengan istilah kredit. Sedangkan bank syariah menganut konsep islami pastinya, yaitu konsep yang tidak ingin mendapatkan keuntungan dari simpan pinjam, sedangkan konsep sistem dari bank syariah adalah menggunakan sistem bagi hasil.²

Kehadiran bank syariah di tengah-tengah perbankan konvensional adalah untuk menawarkan sistem perbankan alternatif bagi umat Islam yang membutuhkan atau ingin memperoleh layanan jasa perbankan tanpa harus

² A. Rio Makkulau Wahyu, "*Bank Islam di Indonesia*",(Surakarta: CV Kekata Group ,2019, cet 1) hlm 2

melanggar larangan riba. Sebagaimana disinyalir oleh ekonomi muslim, ada dua alasan utama mengenai latar belakang berdirinya bank syariah, yaitu: (1) adanya pandangan bahwa bunga (*interest*) pada bank konvensional itu hukumnya haram karena termasuk dalam kategori riba yang dilarang dalam agama, bukan saja pada agama Islam tetapi juga oleh agama samawi lainnya; (2) dari aspek ekonomi, penyerahan resiko usaha terhadap salah satu pihak dinilai melanggar norma keadilan dan dapat menimbulkan rasa mementingkan diri sendiri (*selfishness*). Dalam jangka panjang sistem perbankan konvensional akan menyebabkan penumpukan kekayaan pada segelintir orang yang memiliki kapital besar.³

Perkembangan lembaga keuangan syariah khususnya bank syariah di Indonesia terus berkembang dari tahun ke tahun. Bermula dari berdirinya Bank Muamalat Indonesia pada tahun 1992 yang menjadikan lembaga keuangan syariah sekaligus bank syariah pertama di Indonesia. Bank Muamalat Indonesia hingga tahun 1999 sudah mempunyai 45 cabang yang tersebar di kota-kota besar di seluruh Indonesia. Lahirnya bank syariah di Indonesia juga diawali dari landasan utama yaitu Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 mengenai perubahan atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 dan munculnya Undang-Undang Nomor 21 tentang Perbankan Syariah yang berisikan tentang kewenangan mengatur kegiatan usaha serta larangannya.⁴

Mengingat masyarakat yang mayoritas muslim tetapi belum mampu

³A. Rio Makkulau Wahyu, "*Bank Islam di Indonesia*", (Surakarta: CV Kekata Group, 2019, cet 1) hlm 5

⁴ Maman Rahman Hakim, *Hukum Perbanka Syariah di Indonesia*, (Tangerang Selatan: Faza Media, 2017), hal. 33.

menunjukkan persepsi yang baik terhadap bank syariah. Meski sudah beberapa dekade bank syariah beroperasi di Indonesia, namun ternyata penetrasinya masih sangat rendah. Potensi +-290.000.000 penduduk Indonesia yang di antaranya 87% penduduk muslim belum menjamin perkembangan industri bank syariah tumbuh seperti yang diharapkan 87% penduduk Indonesia memeluk agama Islam. Dan 60% dari 87% penduduk muslim tersebut masuk dalam kategori usia produktif. Namun, rekening penduduk Indonesia di Bank Syariah hanya 5,86% dari total jumlah penduduk. Artinya hanya +-17.000.000 penduduk Indonesia yang memiliki rekening di bank syariah. Salah satu yang mempengaruhi minat adalah Persepsi.⁵

Bank syariah sendiri memiliki produk atau jasa yang tidak ditemukan dalam operasional bank konvensional. Prinsip-prinsipnya atau akad – akad yang terdapat dalamnya seperti musyarakah, mudharabah, murabahah, ijarah, istishna dan sebagainya yang tidak mengandung prinsip bunga seperti yang di terapkan di bank konvensional. Pandangan masyarakat sendiri terhadap bank syariah di antaranya perbankan syariah tidak ada bunga dan perbankan syariah identik dengan bank dengan sistem bagi hasil. Namun, ternyata persepsi dan sikap masyarakat terhadap bank syariah sangat beragam. Beragamnya persepsi, sikap dan perilaku masyarakat terhadap bank syariah, di antaranya disebabkan oleh pemahaman dan pengetahuan masyarakat tentang bank syariah. Perbedaan persepsi tersebut sangat berpotensi mempengaruhi minat masyarakat terhadap

⁵ Eka yasika wijayanti *pengaruh presepsi dan pengetahuan terhadap minat menabung di bank syariah pada masyarakat dukuh krajan pulosari jambon ponorogo*, jurnal skripsi 2019 iain ponorogo hlm2

bank syariah.⁶

Persepsi merupakan suatu anggapan yang muncul atas suatu informasi yang diterima. Persepsi menjadi salah satu faktor penentu dalam memahami informasi atau pengetahuan yang mempengaruhi seseorang dalam menentukan minat. Persepsi melahirkan perbedaan dalam memahami informasi atau pengetahuan yang di dapatkan yang menyebabkan seseorang memiliki minat.⁷

Persepsi adalah anggapan langsung atas sesuatu, persepsi atau pandangan seseorang terhadap sesuatu dihasilkan dari informasi yang mereka dapatkan, hasil informasi tersebut dipahami selanjutnya konsumen akan menarik kesimpulan sehingga menciptakan sebuah penilaian terhadap sesuatu tersebut. Sampai saat ini masih banyak persepsi yang berbeda yang dikemukakan oleh masyarakat tentang perbankan syariah. Sehingga menjadi tantangan tersendiri bagi perbankan syariah untuk menyamakan persepsi masyarakat sehingga menimbulkan kesamaan persepsi yang positif terhadap keberadaan perbankan syariah.⁸ Dari paparan tersebut dapat dipahami bahwa persepsi merupakan suatu anggapan yang muncul atas informasi yang didapatkan.

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller dalam bukunya yang berjudul *Manajemen Pemasaran Jilid 2 edisi ke 13* salah satu faktor yang

⁶ Imran, Bambang Hermawan, “ Pengaruh Persepsi Masyarakat Batam Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menggunakan Produk Bank Syariah,” *Jurnal Business Administrasion*, volume 1, 2 (2017), 210.

⁷ Nuril Fijriah pengaruh persepsi terhadap minat menabung mahasiswa menabung di bank syariah jurnal skripsi (2021) 4

⁸ Veithzal Rivai Zainal, Muliaman Darmansyah Hadad, Mansyur Ramly, *Kepemimpinan dan Perilaku Organisasi*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004), 326.

mempengaruhi minat adalah faktor psikologi yang didalamnya terdapat persepsi.⁹ Philip Kotler dalam bukunya yang berjudul *Manajemen Pemasaran Jilid 1 edisi ke 13* juga

mengatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi minat adalah pengetahuan, gaya hidup, pekerjaan dan keadaan ekonomi, kepribadian dan konsep diri, dan promosi.¹⁰ Selain itu, menurut Widayani Wahab pada jurnal yang berjudul *Pengaruh Tingkat Bagi Hasil Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah* menjelaskan pilihan pembelian seseorang dipengaruhi oleh empat faktor utama yaitu motivasi, persepsi, pengetahuan dan kepercayaan.¹¹, masyarakat yang memberikan persepsi baik terhadap bank syariah maka minat menabung masyarakat juga akan baik, dan sebaliknya, jika masyarakat memberikan Persepsi yang kurang baik juga akan berdampak pada minat menabung yang kurang, dan ada beberapa faktor yang menyebabkan minat itu bertambah maupun berkurang seperti yang di sebutkan Kotler dalam bukunya yaitu dari motivasi, Persepsi, pengetahuan dan kepercayaan masyarakat itu sendiri.

Dalam penelitian ini penulis sangat tertarik untuk mengetahui sebesar apa Persepsi dalam mempengaruhi minat menabung masyarakat. Penelitian sebelumnya yang di lakukan oleh Nina Ismiyanti (2019) yang berjudul *Persepsi dan minat masyarakat terhadap perbankan syariah di Kota Palangkaraya*

⁹ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Jilid 2 edisi ke 13*, (Jakarta: Erlangga, 2008), 217.

¹⁰ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Jilid 1 edisi ke 13*, (Jakarta: Erlangga, 2008), 172-175.

¹¹ Wirdayani Wahab, "Pengaruh Tingkat Bagi Hasil Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah," *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, volume 1, 2 (2016), 175.

menunjukkan bahwa Persepsi masyarakat terhadap bank syariah tinggi tetapi minat menabung yang masih rendah dikarenakan beberapa faktor yaitu kurangnya pengetahuan tentang produk, lokasi, malas beralih dan juga strategi marketingnya belum terlalu maksimal sehingga belum menarik peminat.¹²

Persepsi dan pengaruhnya terhadap masyarakat, sangat penting dalam berbagai aspek karena perilaku seseorang di dasarkan pada persepsi mereka mengenai apa itu realitas dan bukan mengenai realitas itu sendiri, tak jarang masyarakat salah mengartikan sebuah kejadian sehingga Persepsi mereka bisa di katakana salah pula, itulah pentingnya pengetahuan dalam sebuah persepsi tentunya dengan pengetahuan dapat memperbaiki Persepsi kita terhadap suatu objek.¹³

Pompaniki merupakan sebuah desa yang terletak pada kabupaten luwu utara kecamatan sabbang selatan, yang merupakan lokasi dari penelitian ini. Desa pompaniki berjarak dari pusat kota kabupaten luwu utara yaitu masamba sejauh 36 km, sejarah singkat desa pompaniki yaitu berasal dari sebuah dusun di desa buangin kabupaten luwu utara yang kemudian pada tahun 1993 dimekarkan sebagai desa persiapan jaman itu karna kepala sistem pemerintahannya yang berganti. Batas desa pompaniki sendiri meliputi utara dengan desa kalotok, timur dengan desa batualang, selatan berbatasan dengan desa mari mari. Desa Pompaniki merupakan salah satu desa yang berada di penghujung kabupaten luwu utara sebelah selatan yang berbatasan langsung dengan kabupaten Luwu. Desa

¹² Nina Ismiyanti (2019) *Persepsi dan minat masyarakat terhadap perbankan syariah di Kota Palangkaraya*

pompaniki terdiri dari 4 dusun yaitu dusun pompaniki, dusun pombakka, dusun pongsamenna, dan dusun bellu, dengan jumlah penduduk keseluruhan 1.662 jiwa dengan masyarakat beragama muslim dan Kristen¹⁴

Persepsi di kalangan masyarakat pompaniki juga mengakibatkan banyaknya anggapan – anggapan terhadap bank syariah baik itu anggapan yang positif maupun juga negatif, bank syariah tidak serta merta selalu mendapat respon positif dari masyarakat terutama bagi masyarakat yang minim sekali rasa ingin tahunya terhadap bank syariah yang hal ini dapat mempengaruhi menurunnya minat bagi masyarakat untuk melakukan segala macam kegiatan perbankan pada bank syariah.¹⁵

Desa pompaniki sendiri agamanya adalah mayoritas muslim yang adat – adat keagamaannya masih sangat kental, meskipun penduduk mayoritas muslim tetapi hampir tidak akan di temukan masyarakat yang menggunakan bank syariah sebagai pilihan dalam melakukan segala macam kegiatan perbankan, Persepsi atau tanggapan masyarakat desa Pompaniki tentang bank syariah apakah mempengaruhi minat menabung masyarakat. Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan mengangkat judul “Pengaruh Persepsi Masyarakat Desa Pompaniki Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Indonesia.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang maka rumusan masalah pada penelitian adalah Bagaimana Pengaruh persepsi masyarakat desa Pompaniki terhadap minat

¹⁴ Wawancara Mahmud said (Aparat Desa Pompaniki)

menabung pada bank syariah Indonesia?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Pengaruh persepsi masyarakat desa Pompaniki terhadap minat menabung pada bank syariah Indonesia.

D. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoriti

Secara teoritis hasil penelitian ini dapat menambah pengetahuan tentang bagaimana tanggapan atau Persepsi masyarakat desa pompaniki terhadap minat menabung pada bank syariah

b. Manfaat Praktis

1) Bagi peneliti

Sasaran untuk menambah wawasan pengetahuan yang berkaitan dengan masalah yang di teliti.

2) Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan memberikan gambaran kepada Masyarakat terhadap pemecahan suatu permasalahan bagaimana cara masyarakat desa pompaniki memandang bank syariah apakah cara pandang mereka sudah benar atau sebaliknya sehingga mempengaruhi minat masyarakat untuk menabung pada bank syariah

3) Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini dapat menjadikan inspirasi dan motivasi bagi siapapun yang akan melakukan penelitian yang serupa atau melakukan kelanjutan dari penelitian

ini, sehingga menjadi tolak ukur bagi peneliti selanjutnya.



BAB II KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Judul	Nama	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
Analisis Pengaruh pengetahuan, Persepsi masyarakat, regeulitas, produk, reputasi, kualitas pelayanan, dan kotak bank terhadap minat nasabah dalam memilih menabung pada bank syariah	Octaviani Faradillah K (2021)	Metode Kuantitatif dengan menggunakan pengujian Hipotesis, yaitu uji	bahwa reguisilitas dan Persepsi masyarakat berpengaruh sangat signifikan terhadap minat masyarakat Boyolali untuk menabung dibank syariah, sedangkan faktor lainnya seperti pengetahuan, lokasi, reputasi, kualitas pelayanan, dan kotak bank tidak

			berpengaruh signifikan . ¹⁶
pengaruh Persepsi masyarakat ujung lero terhadap minat menabung di bank syariah Pare Pare,	Karmila (2020)	Kuantitatif	peneliti mendapat jawaban bahwa terdapat pengaruh Persepsi masyarakat Ujung Lero terhadap minat menabung di Bank Syariah Parepare, masyarakat pare pare sangat mengutamakan pendapat mereka terhadap suatu hal dalam menentukan pilihannya, baik buruknya suatu hal mempengaruhi

¹⁶ Octaviani Faradillah K “Analisis Pengaruh pengetahuan, Persepsi masyarakat, regeulitas, produk, reputasi, kualitas pelayanan, dan kotak bank terhadap minat nasabah dalam memilih menabung pada bank syariah’ (jurnal skripsi) 2021, hlm 1

			minat mereka . 17
Persepsi dan minat masyarakat terhadap perbankan syariah di kota Palangkaraya	Nina Ismiyanti (2019)	Metode Kuantitatif	Hasil dari penelitian ini adalah, Persepsi masyarakat Palangkaraya tentang perbankan syariah tinggi, tetapi tetap saja minat menabung sedang, karena pengetahuan mereka tentang produk masih kurang. ¹⁸

Dari hasil penelitian terdahulu dapat disimpulkan bahwa persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah mengkaji tentang garis besar apa yang menjadi persepsi masyarakat tentang bank syariah, dan apakah persepsi itu berpengaruh pada minat menabung masyarakat pada bank, persamaan nya dari tema yang diangkat yaitu masalah persepsi terhadap minat menabung, perbedaannya terletak jumlah variabel analisis regresi pada penelitian terdahulu menggunakan analisis regresi berganda sedangkan pada penelitian kali ini

¹⁷ Karmila “*pengaruh persepsi masyarakat ujung lero terhadap minat menabung di bank syariah ParePare*” (Jurnal Skripsi)2020, hlm 1

¹⁸ Nina Ismiyanti “*Persepsi dan minat masyarakat terhadap perbankan syariah di kota Palangkaraya*”(Tesis) 2019 hlm 1

menggunakan analisis regresi sederhana dan juga yang menjadi perbedaan terletak pada lokasi dan sampelnya.

B. Landasan Teori

1. Bank syariah

Menurut UU No.21 Tahun 2008 tentang perbankan pada pasal 1 disebutkan bahwa bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat.¹⁹

Bank syariah adalah bank yang aktifitasnya meninggalkan masalah riba. Bank Islam atau disebut dengan bank syariah adalah bank yang beroperasi dengan tidak mengandalkan pada bunga, atau dengan kata lain bank syariah adalah lembaga keuangan atau perbankan yang usaha pokoknya memberikan kredit dan jasa dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip-prinsip syariah Islam, yang dikembangkan berdasarkan Alquran.²⁰

Firman Allah swt dalam QS. Al-Baqarah : 275

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ
مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ
وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

¹⁹ Andrianto, dr. m. anang firmansyah *manajemen bank syariah*, cet 1, Surabaya:qiara media 2019 hal 24-25

Terjemahan:

“Orang-orang yang Makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya”.(QS. al-Baqarah ayat 275)⁵

Bank umum menurut Undang-Undang No.10 tahun 1999 tentang perubahan atas Undang-Undang No.7 tahun 1992 tentang perbankan adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak di Indonesia menurut jenisnya Bank Umum dan Bank Perkreditan Rakyat.²¹

Sedangkan menurut Muhammad, Bank Syariah adalah bank yang aktivitasnya meninggalkan masalah riba. Bank Islam atau Bank Syariah adalah bank yang beroperasi dengan tidak mengandalkan pada bunga. Bank Islam atau biasa disebut bank tanpa bunga adalah lembaga keuangan atau perbankan yang usaha pokoknya memberikan kredit dan jasa-jasa dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip-prinsip syariah Islam. Berdasarkan pengertian tersebut, Bank Islam berarti Bank yang tata cara bermu'amalat secara Islam yakni mengacu kepada ketentuan Al-qur'an dan

²¹ Ojk www.ojk.go.id diakses pada tahun 2022

Hadits. Atau dengan kata lain Bank Islam adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip syariat Islam. Bank adalah sebuah lembaga perantara antara pihak yang surplus dana dengan pihak yang minus dana. Bank syariah memiliki keistimewaan yang membuatnya berbeda dengan Bank Konvensional.²²

Menurut M. Syafi'I Bank Islam adalah bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam dan bank yang tatacara beroperasinya mengacu kepada ketentuan Al-quran dan Hadist atau yang dalam pengoprasiaannya tidak mengandalkan bunga.²³

2. Persepsi

a. Pengertian Persepsi

Secara etimologi persepsi berasal dari bahasa latin *perceptio* yang artinya menerima atau mengambil. Persepsi adalah proses pemilihan pengorganisasian dan penginterpretasian sebagai stimulus menjadi informasi yang bermakna. Menurut Stephen P. Robbins persepsi merupakan proses pengorganisasian dan pemaknaan terhadap kesan- kesan sensori untuk memberi arti pada lingkungannya²⁴. Sedangkan Donni Juni Priansa berpendapat bahwa persepsi merupakan suatu proses dalam penginderaan yang dimiliki oleh konsumen

²² Muhammad, *manajemen pembiayaan bank syariah* (Yogyakarta: UUPAMP YKPN,2010), hal. 62

²³ Muhammad syafi'I Antonio, *bank syariah dan teori ke praktek*, (Jakarta : Gema Insani,2010) hal.13

²⁴ Stephen P. Robbins, *Prinsip-Prinsip Perilaku Organisasi*, ed.5 (Jakarta: Erlangga,2002), 46.

hingga terbentuk kesan tertentu yang sifatnya subjektif.²⁵

Menurut Adler Persepsi merupakan suatu proses antara pemilihan, penyusunan, dan penafsiran informasi untuk mendapatkan arti yang sesungguhnya yang didalamnya terdapat atau mengkaji secara rinci indikator persepsi yaitu seleksi, organisasi, dan interpretasi. Manusia dipengaruhi oleh persepsi yang akan berdampak pada masa depan, pada dasarnya tidak perlu untuk di pahami dan dimengerti persepsi akan memberikan tujuan pada semua tindakan manusia dan bertanggung jawab pada pola konsisten yang berjalan disepanjang hidup.²⁶

Schiffman dan Kanuk mengemukakan bahwa persepsi adalah suatu proses seorang individu menyeleksi, mengorganisasi dan menerjemahkan stimulus-stimulus informasi yang datang menjadi suatu gambaran yang menyeluruh, persepsi mempunyai pengaruh yang kuat bagi konsumen, salah satu yang berpengaruh adalah minat.

Menurut Slameto, persepsi adalah sebuah proses yang mencakup masuknya pesan atau informasi kedalam otak manusia, melalui persepsi manusia akan terus menerus mengadakan sebuah hubungan dengan lingkungannya. Hubungan ini dilakukan lewat alat inderanya.²⁷

Berdasarkan definisi dari beberapa ahli dapat ditarik kesimpulan bahwa persepsi adalah proses pemahaman masyarakat terhadap suatu hal yang ditangkap oleh panca indra yang selanjutnya di analisa sehingga mendapat pemahaman atau makna yang sesungguhnya.

²⁶ Adler dan Rodman George. *Understanding human communication*. Terjemahan agus darma. Jakarta: Erlangga 2016:76

²⁷ Slameto, *Belajar dan Faktor-faktor yang Mempengaruhinya* (Jakarta: Rineka Cipta, 2010) 102.

b. Proses Persepsi

Persepsi timbul karena adanya stimulus (rangsangan) dari luar yang akan memengaruhi seseorang melalui kelima alat indranya yaitu, penglihatan, pendengaran, penciuman, perasaan, dan sentuhan. Stimulus tersebut diseleksi, diorganisir, dan diinterpretasikan oleh setiap orang dengan cara masing-masing.

Proses persepsi diawali dengan adanya stimulus yang mengenaipanca indra, yang disebut dengan sensasi. Stimulus ini beragam bentuknya dan akan selalu membombardir indra konsumen. Jika dilihat dari asalnya, stimulus pada konsumen ada yang berasal dari individu (seperti iklan, aroma, dan lain-lain) serta yang berasal dari dalam individu, seperti harapan, kebutuhan, dan pengalaman.²⁸

c. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi

Menurut Nugroho J. Setiadi, faktor yang mempengaruhi persepsi adalah penglihatan dan sasaran yang diterima dan situasi persepsi terjadi penglihatan. Tanggapan yang timbul atas rangsangan dipengaruhi sifat-sifat individu yang melihatnya. Sifat yang dapat memengaruhi persepsi, yaitu :

- 1) Sikap, yaitu mempengaruhi positif atau negatifnya tanggapan yang akan diberikan seseorang.
- 2) Motivasi, yaitu hal yang mendorong seseorang mendasari sikap tindakan yang dilakukannya.
- 3) Minat, yaitu faktor lain yang membedakan penilaian seseorang terhadap suatu hal atau objek tertentu yang mendasari kesukaan ataupun ketidaksukaan terhadap objek tersebut.

²⁸ Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik*, 113.

- 4) Pengalaman masa lalu, yaitu dapat mempengaruhi persepsi seseorang karena akan menarik kesimpulan yang sama dengan yang pernah didengar dan dilihat.
- 5) Harapan, yaitu mempengaruhi persepsi seseorang dalam membuat keputusan, akan cenderung menolak gagasan, ajakan atau tawaranyang tidak sesuai dengan yang kita harapkan.
- 6) Sasaran, yaitu mempengaruhi penglihatan yang akhirnya akan mempengaruhi persepsi.
- 7) Situasi atau keadaan sekitar kita atau sekitar sasaran yang turut mempengaruhi persepsi. Sasaran atau benda yang sama yang kita lihat dalam situasi yang berbeda akan menghasilkan persepsi yang berbeda pula.

3. Minat

a. Pengertian minat

menurut Schiffman dan Kanuk mengatakan bahwa minat menjadi salah satu aspek psikologi yang memiliki pengaruh cukup besar terhadap persepsi consume, minat di artikan sebagai sikap senang terhadap objek yang membuat seseorang berusaha untuk mendapatkannya dengan cara membayar atau pengorbanan lainnya.

Minat digambarkan sebagai dorongan dari dalam diri individu seseorang dan memaksa dia untuk berbuat, dorongan ini di hasilkan oleh tekanan yang timbul akibat dari suatu kebutuhan yang tidak terpenuhi.²⁹

Menurut Abdul Rahman Shahaleh Secara bahasa minat adalah kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu, gairah, dan keinginan. Minat

²⁹ Schiffman dan Kanuk “*perilaku konsumen*” edisi kedua, (Jakarta : PT Indeks Gramedia)

dapat diartikan sebagai suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian dan bertindak terhadap orang, aktivitas, atau situasi yang menjadi objek dari minat tersebut dengan disertai perasaan senang. Dalam batasan tersebut terkandung suatu pengertian bahwa di dalam minat ada pemusatan perhatian subjek, ada usaha (untuk mendekati/ mengetahui/ memiliki/ menguasai/ berhubungan) dari subjek yang dilakukan dengan perasaan senang, ada daya penarik dari objek.³⁰

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa minat masyarakat adalah dorongan diri yang dimiliki oleh seseorang yang menimbulkan perasaan suka atau tertarik terhadap sesuatu dan mampu mempengaruhi tindakan orang tersebut. Minat ini didorong dengan adanya motivasi seseorang yang tinggi untuk melakukan sesuatu yang diinginkan. Apabila memiliki motivasi yang tinggi maka minat yang ditimbulkan dari dalam diri akan tinggi pula. Motivasi atau dorongan adalah kebutuhan dengan tekanan kuat yang mengarahkan seseorang mencari kepuasan dengan meminati kegiatan yang diinginkannya.³¹

Menurut Howard dan Sheth minat adalah suatu yang berhubungan dengan rencana konsumen untuk membeli produk tertentu serta berapa banyak unit produk yang di butuhkan pada periode tertentu. Dapat di katakan bahwa minat pembelian merupakan pernyataan mental dari konsumen yang merefleksikan rencana pembelian sejumlah produk dengan merek tertentu. Hal ini sangat diperlukan oleh para pemesan untuk mengetahui minat pembelian konsumen terhadap suatu produk, baik dari pemasar maupun ahli ekonomi menggunakan

³⁰Abdul Rahman Shaleh dan Muhibb Abdul Wahbah, *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam*, (Jakarta: Kencana, 2004), hlm. 262.

³¹Hilip Kotler dan Gary Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2006), Jilid I, hlm.172.

variabel minat untuk memprediksi perilaku konsumen di masa yang akan datang.³²

b. Tahapan Minat Konsumen

Tahapan minat pembelian konsumen dapat dipahami melalui model AIDA yang diuraikan oleh Kotler dan Keller sebagai berikut:

1) Perhatian (*Attention*)

Tahap ini merupakan tahap awal dalam menilai suatu produk atau jasa sesuai dengan kebutuhan calon pelanggan, selain itu calon pelanggan juga mempelajari produk atau jasa yang ditawarkan.

2) Tertarik (*Interest*)

Dalam tahap ini calon pelanggan mulai tertarik untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan, setelah mendapatkan informasi yang lebih terperinci mengenai produk atau jasa yang ditawarkan.

3) Hasrat (*Desire*)

Calon pelanggan mulai memikirkan serta berdiskusi mengenai produk atau jasa yang ditawarkan, karena hasrat dan keinginan untuk membeli mulai timbul. Dalam tahap ini calon pelanggan sudah mulai berminat terhadap produk yang ditawarkan. Tahap ini ditandai dengan munculnya minat yang kuat dari calon pelanggan untuk membeli dan mencoba produk atau jasa yang ditawarkan.

4) Tindakan (*Action*)

Pada tahap ini calon pelanggan telah mempunyai kemantapan yang tinggi untuk membeli atau menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan.³³

³² Donni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*, 164.

³³ Philip Kotler and Kevin Lane Keller, *Marketing Management*, 146.

c. Faktor Yang Mempengaruhi Minat

Faktor yang mempengaruhi minat secara umum dibagi menjadi dua bagian yaitu faktor internal dan eksternal yakni sebagai berikut:

1). Faktor Internal

Yang pertama, Kepribadian adalah karakteristik psikologi seseorang yang menyebabkan respon yang relatif konsisten dan bertahan lama terhadap lingkungan orang itu sendiri. Kepribadian dapat digunakan untuk menganalisis perilaku konsumen untuk produk dan pemilihan merek tertentu.³⁴

Kedua, Persepsi adalah proses memilih, mengorganisasi, menafsirkan masukan- masukan informasi oleh seseorang untuk menciptakan sebuah gambaran yang bermakna tentang dunia. Persepsi adalah cara orang memandang dunia ini. Dari definisi yang umum ini dapat dilihat bahwa persepsi seseorang akan berbeda dari yang lain. Media massa dan segala bentuknya dapat membentuk persepsi yang serupa antar warga kelompok masyarakat tertentu. Dalam hal pemasaran, pengaruh iklan di media massa, kemasan produk, papan reklame, dan sebagainya mempengaruhi persepsi seseorang terhadap suatu produk.³⁵

Ketiga, Pembelajaran merupakan sebuah proses untuk mendapatkan pengetahuan dan pengalaman. Dengan hasil pengetahuan dan pengalaman ini akan memberikan bekal untuk bertindak di masa yang akan datang jika menghadapi situasi yang sama. Dalam hal ini pembelajaran menimbulkan dorongan yang

³⁴Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*,(Jakarta: Erlanga, 2006),hlm.159.

³⁵Ristiyani Prasetijo, John J.O.I Ihalaaw, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2005),hlm.67.

membuat seseorang melakukan tindakan tertentu dari hasil pengalaman maupun pengetahuan yang ia miliki.³⁶

Keempat Motivasi Menurut Hilgard dan Atkinson motivasi adalah keadaan aktif di dalam seseorang yang mengarahkannya kepada perilaku pencapaian tujuan.³⁷ Menurut Solomon motivasi merujuk kepada proses yang menyebabkan orang berperilaku seperti yang mereka perbuat. Hal itu terjadi bila kebutuhan timbul dan yang bersangkutan berniat untuk memuaskannya. Sekali kebutuhan telah terpenuhi tingkat tekanan yang ada mendorong konsumen untuk mencoba mengurangi atau membatasi kebutuhan.³⁸ Motivasi ini menjadi alasan untuk berperilaku, dimana seseorang membeli suatu produk karena untuk memenuhi kebutuhan.

Kelima, Sikap menggambarkan penilaian kognitif yang baik maupun tidak baik, perasaan emosional, dan kecenderungan berbuat yang bertahan selama waktu tertentu terhadap beberapa obyek atau gagasan. Sikap adalah suatu evaluasi atau perasaan diri seseorang terhadap sebuah objek atau ide. Sikap menempatkan seseorang ke dalam suatu pemikiran untuk menyukai atau tidak menyukai suatu objek.³⁹

Kenam, Kepercayaan adalah suatu gagasan deskriptif yang dianut oleh seseorang tentang sesuatu. Kepercayaan ini mungkin bisa berlandaskan pada

³⁶ Mulyadi Nitisusastro, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan*, (Yogyakarta: Deepublish, 2016), hlm.70.

³⁷ Ristiyani Prasetijo, John J.O.I Ihalaui, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: PT.Gramedia, 2015), hlm.36.

³⁸ Mulyadi Nitisusastro, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan*, (Yogyakarta: Deepublish, 2016) hlm. 70.

³⁹ Pandji Anoraga, *Manajemen Bisnis*, (Jakarta, Rineka Cipta, 2009), hlm.227.

pengetahuan, opini (pendapat), kepercayaan dan perasaan. Konsep kepercayaan ini membentuk citra terhadap merek dan produk dan orang akan berbuat sesuai kepercayaannya⁴⁰.

Ketujuh, Pengalaman maksudnya pengalaman pribadi seseorang tersebut atau pengalaman orang lain yang telah berhasil dalam melakukan sesuatu. Pengalaman ini merupakan pedoman atau guru agar tidak melakukan kesalahan dalam menjalankan sesuatu nantinya⁴¹.

2). Faktor Eksternal

Pertama, Budaya merupakan karakter masyarakat secara keseluruhan. Unsur-unsur budaya meliputi bahasa, pengetahuan, hukum, agama, kebiasaan makan, seni, teknologi, pola kerja, produktivitas dan ciri-ciri lainnya. Di dalam budaya terdapat sejumlah subbudaya, sebagai ilustrasi dalam bidang pendidikan, terdapat pendidikan formal, pendidikan informal, dan pendidikan non formal. Seseorang yang memiliki tingkat pendidikan yang relatif lebih tinggi akan memiliki perilaku yang lebih teliti dalam memilih produk yang dibutuhkannya.⁴² Budaya dan sub- budaya berpengaruh sangat kuat terhadap sikap dan perilaku penduduk.

Kedua, Faktor sosial adalah salah satu faktor dinamik yang memiliki pengaruh yang sangat signifikan terhadap perubahan selera dan kebutuhan masyarakat. Faktor- faktor sosial yang mempengaruhi eksistensi sebuah bank

⁴⁰Philip Khotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*,(Jakarta: Erlangga), 2011) hlm.200.

⁴¹Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2014),hlm. 189.

⁴² Mulyadi Nitisusastro, *Perilaku Konsumen*,(Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004),hlm.85.

sangat luas mencakup kepercayaan, nilai dan sikap sampai pada gerakan keagamaan. Faktor selera dan kebutuhan masyarakat pada saat ini di era yang semakin modern sehingga memiliki berbagai keanekaragaman seseorang untuk mempengaruhi perkembangan dunia perbankan saat ini. Ada beberapa tingkatan sosial inilah maka ditandai oleh beberapa ciri. Faktor sosial dan budaya tersebut sangat berkaitan erat dalam mempengaruhi minat nasabah sebab budaya dan sosial saling berhubungan satu sama lainnya dalam menentukan keputusan para nasabah.

Budaya merupakan salah satu adat kebiasaan masyarakat sedangkan sosial merupakan tingkatan status dalam masyarakat. Jika tingkat sosial masyarakat rendah terlihat dari segi ekonomi masyarakat itu sendiri sehingga timbul kebudayaan yang baru untuk merubah tingkatan sosial.

Berikut yang juga merupakan yang menyebabkan kurangnya minat masyarakat untuk menabung di Bsi yang merupakan factor eksternal⁴³ :

Pelayanan, Telah kita ketahui bahwa dalam memberikan pelayanan seorang pegawai bank dengan nasabah diperlukan etika yang baik, sehingga kedua belah pihak baik tamu maupun pegawai bank dapat saling menghargai. Nasabah yang hendak melakukan investasi atau pembiayaan pada sebuah bank syariah harus mendapatkan pelayanan yang baik agar mereka puas dengan kerjasama tersebut. Hasil yang diperoleh bank atas pelayanan jasa bank syariah yaitu berupa pendapatan fee dan komisi.

Apabila kualitas pelayanan yang diberikan kepada nasabah sangat baik dan

⁴³ Muhammad, *Manajemen Bank Syariah*, (Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2010), hlm.101.

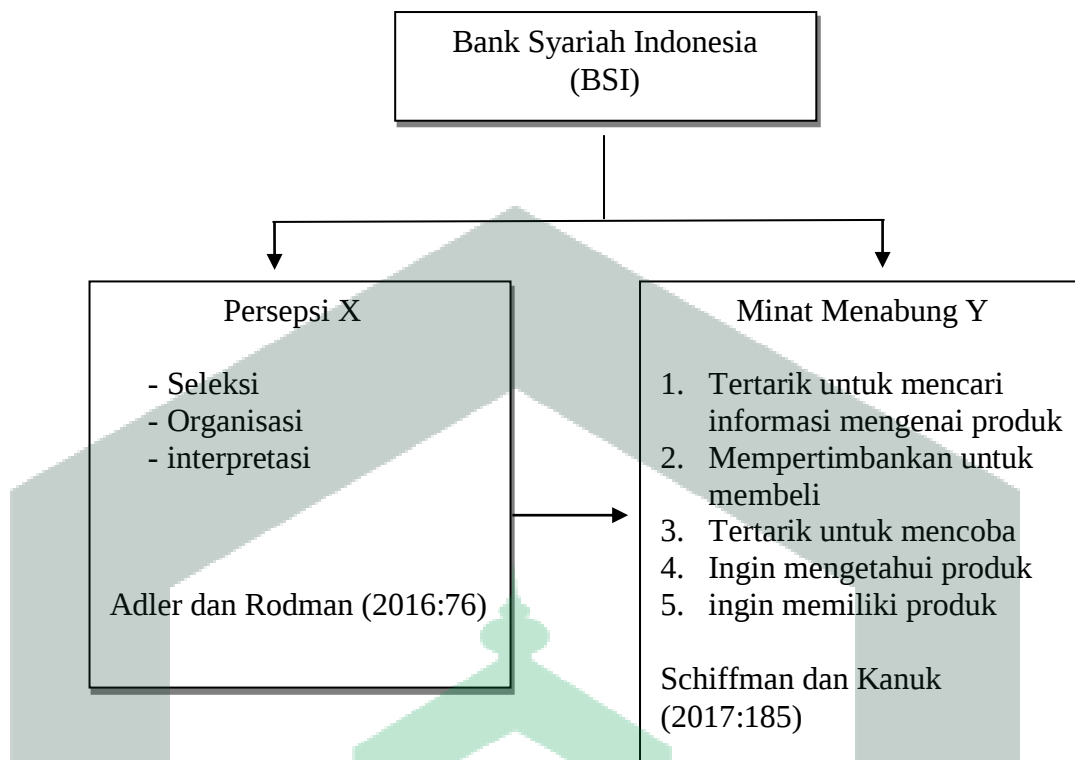
mampu membuat banyak nasabah menjadi tertarik untuk berinvestasi pada sebuah bank syariah para karyawan pun akan mendapatkan tambahan pendapatan dari hasil pelayanan jasa yang cukup memuaskan bagi para nasabah.

Profit Sharing, Bagi hasil menurut terminologi asing dikenal dengan profit sharing. Profit Sharing dalam kamus ekonomi diartikan sebagai pembagian laba. Secara definitif profit sharing diartikan “distribusi beberapa bagian dari laba pada para dari suatu perusahaan”. Secara syariah prinsip bagi hasil (profit sharing) berdasarkan pada kaidah mudharabah. Dimana bank akan bertindak sebagai mudharib (pengelola dana) sementara penabung sebagai shahibul mal (penyandang dana). Pada sistem bagi hasil inilah biasanya menjadi hal pokok yang lebih disukai oleh nasabah bank syariah.

Promosi, merupakan suatu ungkapan dalam arti luas tentang kegiatan-kegiatan yang secara aktif dilakukan oleh perusahaan untuk mendorong konsumen membeli produk yang ditawarkan. Dalam personal ini adalah tahapan yang sangat penting untuk menarik minat konsumen atau nasabah agar tertarik terhadap produk yang ditawarkan

C. Kerangka Pikir

Dalam memecahkan suatu masalah perlu disusun suatu kerangka pemikiran agar mempunyai bentuk yang terarah pada pemecahan masalah. Kerang pemikiran ini timbul akibat pemikiran penulis terkait apa apa yang bisa jadi poin untuk di bahas terkait dengan masalah minatnya seseorang, skema ini dirasa paling cocok untuk mengetahui pengaruh persepsi masyarakat terhadap minat menabung pada bank syariah. Adapun Skema pemikiran adalah sebagai berikut :



Dari kerangka berfikir dapat dilihat bahwa persepsi sebagai variabel independent, Variabel independent adalah Variabel bebas (variabel independen) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen atau terikat, dan minat menabung di Bank Syariah menjadi variabel dependen, variable dependent adalah variabel yang di pengaruhi atau menjadi akibat karna adanya variable bebas.

Pada penelitian ini penulis akan melihat tingkat persepsi masyarakat terhadap minat seseorang untuk menabung di bank syariah, selanjutnya penulis akan melihat pengaruh dari masing – masing dari variabel tersebut terhadap minat menabung masyarakat, kemudian melihat pengaruh dari keseluruhan variabel dengan menggunakan uji-t (uji parsial)

D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam kalimat pernyataan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru berdasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dikatakan sebagai jawaban yang empirik dengan data.⁴⁴

Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H_a : Diduga Persepsi Masyarakat Desa Pompaniki Memiliki Pengaruh Yang Signifikan Terhadap Minat Menabung Pada Bank Syariah Indonesia

H_o : Diduga Persepsi Masyarakat Desa Pompaniki berpengaruh Negatif Terhadap Minat Menabung Pada Bank Syariah Indonesia

⁴⁴ Sugiono, *metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (Bandung : Alfabeta, 2016), 64

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Menurut Sugiono metode penelitian pada dasarnya merupakan sebuah cara ilmiah untuk memperoleh data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Berdasarkan hal tersebut ada empat kata kunci yang perlu diperhatikan yaitu cara ilmiah, data, tujuan, dan kegunaan. Cara ilmiah berarti kegiatan penelitian itu didasarkan pada ciri-ciri keilmuan, yaitu empiris, rasional, dan sistematis. Rasional bermakna kegiatan penelitian itu dilakukan dengan cara yang masuk akal sehingga terjangkau oleh logika manusia. Empiris berarti cara yang dilaksanakan itu dapat diamati oleh indera manusia sehingga orang lain dapat mengetahui dan mengamati cara yang digunakan. Sistematis memiliki arti proses yang digunakan dalam penelitian itu menggunakan langkah-langkah tertentu yang bersifat logis.⁴⁵

Dalam penelitian ini menggunakan desain penelitian kuantitatif yaitu penelitian yang menggunakan angka dalam penyajian analisis yang menggunakan uji statistik. Terdapat dua variabel dalam penelitian ini yaitu variabel terikat (variabel *independent*) dan variabel bebas (variabel *dependent*).

1. Variabel Independen (X)

Variabel independen (variabel bebas) merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi penyebab berubahnya atau munculnya

⁴⁵ Sugiono, *metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (Bandung : Alfabeta, 2016), 66

variabel dependen (variabel terikat).

2. Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen (variabel terikat) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena munculnya variabel independen (variabel bebas).

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi penelitian ialah tempat atau wilayah dalam melakukan penelitian guna memperoleh data-data yang diinginkan, yaitu data yang relevan. Penelitian ini dilakukan di desa Pompaniki Kecamatan Sabbang Selatan Kabupaten Luwu Utara.
2. Waktu penelitian ialah waktu yang akan digunakan peneliti selama melakukan proses penelitian. Penelitian ini dilakukan selama hari, terhitung dari individu.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sutrisno Hadi populasi dapat diartikan sebagai sekumpulan individu yang telah memenuhi syarat - syarat yang berkaitan dengan masalah penelitian.⁴⁶ Sedangkan menurut Muhammad Populasi mengacu pada sekelompok orang atau objek yang memiliki persamaan dalam satu atau beberapa hal yang dapat membentuk masalah pokok dalam suatu penelitian.⁴⁷ Dalam penelitian ini

⁴⁶ Sugiono, *metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (Bandung : Alfabeta, 2016), 55

⁴⁶ Sutrisno Hadi, *Analisis Regresi* (Yogyakarta: Gadjah Mada, 1998), 203.

⁴⁷ Muhammad, *Manajemen Bank Syariah* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005), 42.

peneliti menentukan populasi penelitian yang terdapat pada objek penelitian yaitu masyarakat desa Pompaniki yang berumur mulai dari 17 sampai dengan 40 tahun. Alasan peneliti lebih memfokuskan pada usia ini adalah peneliti memilih responden yang mampu memberikan respon/tanggapan yang sesuai dengan pertanyaan, responden juga memiliki jawaban/tanggapan yang sesuai dengan keadaan. Pada usia ini manusia memiliki tingkat pengetahuan dan pengalaman yang baik dengan jumlah 334 jiwa.⁴⁸

2. Sampel

Sampel adalah kumpulan dari unsur atau individu yang merupakan bagian dari populasi. Pengambilan sampel dilakukan karena adanya keterbatasan dana, waktu dan tenaga yang dimiliki oleh peneliti, biasanya pada penelitian dengan jumlah populasi besar. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili).

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik dengan metode *proportionate stratified random sampling* yaitu pengambilan sampel yang digunakan bila populasi mempunyai anggota/unsur yang tidak homogen dan berstrata secara proporsional.⁴⁹ Dalam penelitian ini sampel yang digunakan adalah sebagian dari populasi pada masyarakat desa pompaniki. Diambil dengan menggunakan metode Slovin.⁵⁰

⁴⁸ Eka Yasika Wijayanti, *pengaruh persepsi dan pengetahuan terhadap minat menabung di bank syariah pada masyarakat dukuh pulosari jambon ponorogo*, 2019, jurnal Skripsi.

⁴⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), 80-82

⁵⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta,

$$n = N/(1+(N \times e^2))$$

Keterangan:

n= Ukuran sampel

N= Ukuran populasi (552 jiwa)

e= tingkat *error* (1% atau 0,01)

$$n = ((1+(334 \times 0,01^2)) = 125$$

D.Teknik Pengumpulan Data

3. Observasi

Observasi adalah suatu teknik pengumpulan data yang menggunakan pengamatan baik secara langsung maupun tidak langsung. Observasi dilakukan untuk mengetahui kondisi yang terjadi atau membuktikan kebenaran dari sebuah desain penelitian yang dilakukan.

4. Kuesioner

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang digunakan dengan cara memberi beberapa pertanyaan ataupun pernyataan tertulis kepada responden untuk memperoleh informasi terkait data yang dibutuhkan.

F. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian ialah alat pengumpul data yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati, dan secara spesifik semua fenomena ini disebut variabel penelitian. Instrumen atau alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini berupa angket atau kuesioner yang

berisi butir-butir pertanyaan.

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini dimaksudkan untuk menghasilkan data yang akurat yaitu dengan menggunakan skala *Likert*. Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Skala *Likert* di desain untuk menelaah seberapa kuat subjek akan setuju atau tidak setuju dengan pernyataan dengan skala 1-5 titik dengan panduan sebagai berikut:

Sangat tidak setuju	1
Tidak setuju	2
Ragu-ragu	3
Setuju	4
Sangat setuju	5

E. Definisi Operasional

Definisi operasional berisi tentang variabel-variabel penelitian yang bersifat operasional. Operasional adalah suatu definisi yang di berikan kepada suatu variabel atau kontrak dengan cara memberikan arti atau menspesifikasikan kegiatan ataupun memberikan suatu operasional yang di perlukan untuk mengukur variabel tersebut.⁵¹

a. Variabel Dependen (variabel terikat)

variabel dependen yang di gunakan dalam penelitian ini adalah minat menabung masyarakat (Y). Minat menabung adalah proses dalam pembelian yang nyata. Jadi setelah tahap – tahap dimuka dilakukan, maka asabah harus

⁵¹ Muhammad Nasir, *metode penelitian*, (Jakarta : galia Indonesia, 2003) 152

mengambil keputusan apakah membeli atau tidak. Bila nasabah memutuskan untuk membeli, nasabah akan menjumpai serangkaian keputusan yang harus diambil menyangkut produk.

Indikator – indikator minat menabung :

b. Variabel Independent (variabel bebas)

variabel independent yang di gunakan dalam penelitian ini adalah presepsi (X) adalah proses pemahaman masyarakat terhadap suatu hal yang di tangkap oleh panca indra yang selanjutnya di analisa sehingga mendapat pemahaman atau makna yang sesungguhnya.

Indikator – indikator Presepsi menurut Adler dan Rodman ada tiga yaitu :

1). Seleksi (*selection*)

Seleksi adalah tindakan memperhatikan rangsangan tertentu dalam lingkungan. Para konsumen secara tidak sadar banyak memilih aspek-aspek lingkungan mana (stimuli) mana yang mereka rasakan. Stimuli mana yang mereka pilih tergantung dua faktor utama selain sifat stimulus itu sendiri, yaitu pengalaman kosumen sebelumnya dan motif mereka pada waktu itu (kebutuhan, keinginan,minat).

2). Organisasi (*organization*)

Setelah menyeleksi informasi dari lingkungan, selanjutnya kita mengorganisasikannya sehingga menjadi bermakna. Setelah terjadi gambaran – gambaran atau kesan – kesan di dalam otak, maka (diklasifikasi), dibandingkan, diinterpretasi, sehingga terbentuk pengertian atau pemahaman.

Interpretasi (*interpretation*)

Interpretasi adalah proses subjektif dari menjelaskan persepsi kedalam cara yang kita mengerti. Setelah terbentuk pengertian dan pemahaman, terjadilah penilaian dari individu.

Indikator – indikator minat menabung menurut Schiffman dan Kanuk dalam Sari (2017:185)

- a. Tertarik untuk mencari informasi mengenai produk, dimana seseorang mempunyai keinginan dalam mencari informasi segalanya tentang suatu produk, berdasarkan pengalaman dalam memilih, menggunakan, dan mengkonsumsi atau bahkan menginginkan suatu produk.
- b. Mempertimbangkan untuk membeli, dimana konsumen untuk membeli suatu barang atau jasa dengan berbagai pertimbangan-pertimbangan tertentu, hal ini dilakukan untuk menggambarkan seberapa jauh konsumen dalam menggambarkan pemasaran dalam usaha memasarkan suatu produk ke konsumen⁵²
- c. Tertarik untuk mencoba, respon terhadap objek yang menunjukkan keinginan konsumen untuk melakukan pembelian
- d. Ingin mengetahui produk, Usaha konsumen dalam mencari berbagai macam produk yang di tawarkan suatu jasa untuk memuaskan keinginan dan kebutuhannya
- e. Ingin memiliki produk, keputusan final nasabah dalam langkah langkah menganalisis produk, dengan asumsi konsumen dalam menginginkan produk tersebut

⁵² Yulia putri, *strategi meningkatkan minat menabung di bank syariah melalui penerapan religiusitas*, vol.16, No.1 maret 2019.h.82

G. Metode Pengolahan dan Analisi Data

Teknik analisis data yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah penelitian. Tujuannya adalah untuk mendapatkan kesimpulan dari hasil penelitian. Adapun analisis data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Pengujian validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan mengkorelasikan skor item pertanyaan dengan skor total menggunakan metode korelasi *product moment*. Untuk memperoleh hasilnya, peneliti menggunakan bantuan computer *SPSS versi 22*.

Kriteria dari validitas setiap item pertanyaan adalah apabila koefisien korelasi (r hitung) positif dan lebih besar atau sama dengan r tabel, maka item tersebut dikatakan valid dan sebaliknya apabila r hitung negatif atau lebih kecil dari r tabel, maka item tersebut dikatakan tidak valid (drop). Selanjutnya apabila terdapat item-item pertanyaan yang tidak memenuhi kriteria validitas (tidak valid), maka item tersebut akan dikeluarkan dari angket.

- 1) Jika r hitung lebih besar dari r tabel, maka komponen kuesioner dinyatakan valid
- 2) Jika r hitung lebih kecil dari r tabel, maka komponen kuesioner dinyatakan tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Butir pertanyaan dikatakan reliabel atau handal apabila jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten.

Reliabilitas menunjukkan pada satu pengertian bahwa sesuatu instrument cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. Instrumen yang sudah dapat dipercaya, yang reliabel akan menghasilkan data yang dapat dipercaya juga.

Untuk menguji reliabilitas instrumen, dalam penelitian ini dilakukan secara *internal consistency*, dengan cara mencobakan instrument sekali saja, kemudian data yang diperoleh dianalisis dengan teknik tertentu.

Cronbach alpha (Ghozali, 2012). Kriteria penilaian uji reliabilitas yang digunakan adalah:

- 1) Jika hasil koefisien alpha lebih besar dari 0.60 maka kuesioner tersebut dinyatakan reliabel
- 2) Jika hasil koefisien alpha lebih kecil dari 0.60 maka kuesioner tersebut dinyatakan tidak reliabel

2. Analisis Regresi

a. Regresi Linier Sederhana

Regresi linier sederhana digunakan hanya untuk satu variabel bebas (*independent*) dan satu variabel terikat (*dependent*). Rumus regresi linier sederhana adalah:

$$Y = a + bX$$

Dimana:

Y= variabel terikat

X= variabel bebas

a + b= konstanta

3. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji secara parsial dan uji secara simultan, berikut uji hipotesis dalam penelitian ini:

a. Uji Parsial (Uji t)

Uji ini digunakan untuk melihat tingkat signifikansi variabel independen (persepsi) mempengaruhi variabel dependen (minat menabung di bank syariah) secara individu.

Metode penghitungan menurut Prastito (2009:116) adalah sebagai berikut:

Taraf yang digunakan yaitu sebesar 5% atau 0,05 dan nilai t_{tabel} memiliki derajat kebebasan (df) $n-k-1$

n = jumlah sampel

k = jumlah variabel yang digunakan

derajat bebasnya = - - =

Uji t dilakukan satu arah (1 *tailed*) sehingga didapatkan nilai t_{tabel} dengan df adalah . Hipotesis yang digunakan:⁵³

H_a : Variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

⁵³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016).88

H_0 : Variabel independen berpengaruh negatif terhadap variabel dependen.

Dengan pengambilan keputusan sebagai berikut:

- 1) Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka, H_0 diterima. Artinya tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen.
- 2) Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka, H_a diterima. Artinya ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen.

b. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) menunjukkan sejauh mana tingkat Ciri-ciri R^2 adalah:

- 1) Besarnya nilai koefisien determinasi terletak antara 0 sampai dengan 1, jadi nilai R^2 terletak antara $0 < R^2 < 1$.
- 2) Nilai 0 menunjukkan tidak adanya hubungan yang sempurna antara variabel independen dengan variabel dependen.
- 3) Nilai 1 menunjukkan adanya hubungan yang sempurna antara variabel independen dengan variabel dependen.
- 4) Menghitung koefisien determinasi (R^2) untuk menilai besarnya kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen.

hubungan antara variabel dependen (Y) dengan variabel independen (X).

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Objek Penelitian

Pompaniki merupakan sebuah Desa yang terletak pada Kabupaten Luwu Utara Kecamatan Sabbang Selatan, yang merupakan lokasi Penelitian ini. Desa Pompaniki berjarak 36 km dari pusat kota Masamba Kabupaten Luwu Utara, sejarah singkat Desa Pompaniki yaitu berasal dari sebuah dusun di Desa Buangin Kabupaten Luwu Utara yang kemudian pada tahun 1993 dimekarkan sebagai Desa persiapan jaman itu karna kepala sistem Pemerintahannya yang berganti. Batas desa pompaniki sendiri meliputi utara dengan desa kalotok, timur dengan desa batualang, selatan berbatasan dengan desa mari mari. Desa Pompaniki merupakan salah satu desa yang berada di penghujung kabupaten luwu utara sebelah selatan yang berbatasan langsung dengan kabupaten Luwu. Desa pompaniki terdiri dari 4 dusun yaitu dusun pompaniki, dusun pombakka, dusun pongsamenna, dan dusun bellu, dengan jumlah penduduk keseluruhan 1.662 jiwa dengan masyarakat beragama muslim dan Kristen⁵⁴

Desa pompaniki sendiri agamanya adalah mayoritas muslim yang adat – adat keagamaannya masih sangat kental, meskipun penduduk mayoritas muslim tetapi hampir tidak akan di temukan masyarakat yang menggunakan bank syariah sebagai pilihan dalam melakukan segala macam kegiatan perbankan, pendapatan utama masyarakat desa Pompaniki ialah bertani, hasil tani yang di peroleh diantaranya padi, jagung, coklat, buah buahan, sayur sayuran, dan nilam, hanya

⁵⁴ Wawancara Mahmud said (Aparat Desa Pompaniki)

sebagian kecil penduduk yang berprofesi sebagai Pegawai Negeri Sipil maupun karyawan swasta.

Persepsi yang timbul di kalangan masyarakat beragam sesuai dengan pandangan individu masyarakat terhadap bank syariah tersebut, proses ini terjadi dari cara masyarakat menyeleksi setiap informasi yang kemudian akan di proses sehingga akan menimbulkan anggapan terhadap suatu hal yang kemudian akan di organisir dan diinterpretasikan secara nyata, di desa Pompaniki sendiri persentase masyarakat yang memiliki rekening bank syariah adalah sebanyak 11 orang dengan masyarakat mayoritas muslim yang nasabah Bank Syariah kebanyakan berasal dari mahasiswa IAIN sebanyak 5 orang yang kemudian sisanya adalah keluarga itu sendiri dikarenakan pengaruh dari sekitar.⁵⁵

1. Deskripsi Data

a. Deskripsi Data Responden

1) Penghasilan

Tabel 2.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan

Penghasilan	Frekuensi	Persentase(%)
<Rp 10.000.000	113	88%
Rp 10.000.000s/d Rp 50.000000	12	12%
>Rp 50.000.000	0	0%
Total	125	100%

Sumber: Data primer diolah

⁵⁵ Wawancara Mahmud said (Aparat desa pompaniki)

2) Umur

Tabel 2.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

No	Umur			
	17-25	26-30	31-40	41-50
1	45%	40%	30%	10%

Sumber: Data Primer Diolah

Berdasarkan Tabel 2.2 dapat diketahui bahwa umur masyarakat desa Pompaniki yang menjadi objek pada penelitian ini menunjukkan bahwa secara umum masyarakat desa pompaniki dengan varian sampel pada umur 17 sampai 25 tahun sebanyak 45 orang dengan frekuensi sebesar 45%, varian sampel pada umur 26 sampai dengan 30 tahun sebanyak 40 orang dengan frekuensi sebesar 40%, dan pada varian sampel 31 sampai dengan 40 tahun sebanyak 30 orang dengan frekuensi sebesar 20%, sedangkan varian sampel 41 sampai dengan 50 tahun sebanyak 10 orang dengan frekuensi sebesar 10%.

3) Pendidikan Terakhir

Tabel 3.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

SD	SMP	SMA	DIPLOMA/SARJANA
-	-	60	65

Sumber: Data Primer Diolah

Berdasarkan tabel 3.1 dapat dikemukakan bahwa pada varian sampel pendidikan terakhir kategori SD dan SMP sebanyak 0 orang dengan frekuensi 0%, kemudian pada tingkat SMA sebanyak 60 orang dengan frekuensi 60%, kemudian pada tingkat Diploma/Sarjana sebanyak 65 orang dengan frekuensi 65%.

4) Pekerjaan

Tabel 3.2

Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan			
Pekerjaan			
PNS	Wiraswasta	Pelajar/mahasiswa	Lainnya
15	25	45	40

Sumber: Data Primer Diolah

Berdasarkan tabel 3.2 dapat dikemukakan bahwa pada varian sampel pekerjaan kategori PNS sebanyak 15 orang dengan frekuensi 15%, kemudian pada kategori Wiraswasta sebanyak 25 orang dengan frekuensi 25%, kemudian pada kategori pelajar/mahasiswa sebanyak 45 orang dengan frekuensi 45%.

2. Hasil Pengujian Instrumen

Pengujian validitas dan reabilitas dilakukan dengan menggunakan *software* SPSS 22. Berikut ini adalah hasil uji instrumen menggunakan metode validitas dan reliabilitas yang dilakukan kepada 125 responden

a. Hasil uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid tidak validnya suatu kuesioner. Suatu skala pengukuran disebut valid bila ia melakukan apa yang harusnya dilakukan dan mengukur apa yang seharusnya diukur. Perhitungan validitas dengan membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel} yang digunakan dalam penelitian adalah 125 dengan tingkat kesalahan 5%. Kriteria dalam menentukan valid tidaknya suatu instrument adalah jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka item pertanyaan dinyatakan valid.

Hasil pengujian validitas instrument di jelaskan pada tabel 4.1, dan 4.2 sebagai berikut :

Tabel 4.1

Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Persepsi

No	Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	X1	0.361	0.1466	Valid
2	X2	0.416	0.1466	Valid
3	X3	0.386	0.1466	Valid
4	X4	0.502	0.1466	Valid
5	X5	0.536	0.1466	Valid
6	X6	0.438	0.1466	Valid
7	X7	0.459	0.1466	Valid
8	X8	0.401	0.1466	Valid
9	X9	0.415	0.1466	Valid
10	X10	0.407	0.1466	Valid

Sumber: data hasil pengolahan SPSS 22 tahun 2022

Berdasarkan Tabel 4.1 instrumen Persepsi terdiri dari 10 pertanyaan. Setelah dilakukan analisis validitas, diperoleh 10 pertanyaan yang valid karena memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan nilai koefisien validitas terendah yaitu 0,361 dan tertinggi 0,536.

Tabel 4.2

Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Minat Menabung

No	Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
----	------	--------------	-------------	------------

1	Y1	0.309	0.1466	Valid
2	Y2	0.486	0.1466	Valid
3	Y3	0.471	0.1466	Valid
4	Y4	0.565	0.1466	Valid
5	Y5	0.677	0.1466	Valid
6	Y6	0.609	0.1466	Valid
7	Y7	0.604	0.1466	Valid
8	Y8	0.494	0.1466	Valid
9	Y9	0.433	0.1466	Valid
10	Y10	0.399	0.1466	Valid

Sumber :data hasil pengolahan SPSS 22 tahun 2022

Berdasarkan Tabel 4.2 instrumen Minat menabung terdiri dari 10 pertanyaan. Setelah dilakukan analisis validitas, diperoleh 10 pertanyaan yang valid karena memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan nilai koefisien validitas terendah yaitu 0,309 dan tertinggi 0,677

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dapat memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi (konsisten) jika hasil dari pengujian instrument tersebut menunjukkan hasil yang tetap. Reliabilitas diukur dengan uji statistic *cronbach alpha* $> 0,60$. Tabel 4.6 menunjukkan hasil uji reliabilitas untuk variabel penelitian yang di gunakan dalam penelitian ini.

Tabel 4.3
Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	<i>Cronbach</i>	Keterangan
	Penelitian	<i>Alpha</i>	
1	Persepsi (X)	0.615	Reliabel
2	Minat Menabung (Y)	0.661	Reliabel

sumber : data hasil pengolahan SPSS 22 tahun 2022

3. Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk mengorganisasi data, menyajikan dan menganalisis data. Cara untuk menggambarkan data adalah dengan melalui teknik statistik seperti membuat tabel, distribusi frekuensi dan diagram atau grafik. Statistik deskriptif digunakan untuk mendiskripsikan karakteristik responden.

a. Hasil Persepsi

Hasil analisis statistika yang berkaitan dengan skor variable persepsi (X) diperoleh gambaran karakteristik distribusi Persepsi yang menunjukkan skor rata-rata adalah 40 dan varian sebesar 16,52 dengan standard deviasi sebesar 40,66 dari skor ideal 100, skor terendah 21 dan skor tertinggi 49. Hal ini digambarkan pada tabel berikut ini:

Tabel 5.1
Perolehan Hasil Analisis Statistik Deskriptif Persepsi

Statistik	Nilai Statistik
N	Valid 125
	Missing 0
Mean	40.10
Median	40.00
Std. Deviation	40.66
Variance	16.52
Range	28
Minimum	21
Maximum	49

sumber : data hasil pengolahan SPSS 22 tahun 2022

Adapun tabel distribusi frekuensi dan persentase Persepsi adalah sebagai berikut:

Tabel 5.2 :
Perolehan Persentase Kategorisasi
Presepsi

Skor	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
10-20	Kurang Baik	0	0%
21-30	Cukup Baik	4	4%
31-40	Baik	62	49%
41-50	Sangat Baik	59	47%
Jumlah		125	100%

Sumber: Hasil analisis data kuesioner penelitian yang diolah, thn 2022

Berdasarkan tabel 5.2, dapat dikemukakan hasil angket pada variable Persepsi yang diperoleh dari sampel penelitian menunjukkan bahwa secara umum masyarakat pompaniki pada aspek Persepsi pada kategori kurang baik diperoleh persentase 0% dengan frekuensi sampel 0 orang. Sedangkan Persepsi pada ketegori cukup baik diperoleh persentase sebesar 4% dengan frekuensi sampel 4 orang, Persepsi pada kategori baik diperoleh persentase 49% dengan frekuensi sampel 62 orang. Persepsi pada kategori sangat baik diperoleh persentase sebesar 47% dengan frekuensi sampel sebanyak 56 orang.

Berdasarkan Tabel 5.1 dan 5.2 di atas, dapat disimpulkan bahwa Persepsi Masyarakat Desa Pompaniki termasuk dalam kategori baik dengan frekuensi sampel 62 orang dan hasil peresentase 49%. Adapun skor rata-rata yaitu 40. Tingginya hasil peresentase Persepsi dipengaruhi oleh jawaban responden terhadap kuesioner yang diberikan.

b. Minat Menabung

Hasil analisis statistika yang berkaitan dengan skor variabel Minat Menabung diperoleh gambaran karakteristik distribusi skor Minat Menabung yang menunjukkan skor rata-rata adalah 44 dan varian sebesar 9.144 dengan standard deviasi sebesar 3,022 dari skor ideal 125, skor terendah 36 dan skor tertinggi 50. Hal ini digambarkan pada tabel berikut ini

Tabel 5.3:
Perolehan Hasil Analisis Statistik Deskriptif Minat Menabung

STATISTIK		MINAT MENABUNG
N	Valid	125
	Missing	0
Mean		44.97
Median		45.00
Std. Deviation		3.024
Variance		9.144
Range		14.00
Minimum		36.00
Maximum		50.00

sumber : data hasil pengolahan SPSS 22 tahun 2022

Jika skor Minat Menabung dikelompokkan kedalam empat kategori maka diperoleh tabel distribusi frekuensi dan persentase Minat menabung. Distribusi frekuensi berfungsi untuk menunjukkan jumlah atau banyaknya item dalam setiap kategori. Jadi, skor Minat Menabung dikelompokkan berdasarkan banyaknya

item dari setiap kategori sehingga hasil pengukurannya dianalisis melalui metode statistik yang kemudian diberikan interpretasi secara kualitatif. Adapun tabel distribusi frekuensi dan persentase Minat Menabung adalah sebagai berikut:

Tabel 5.4 :
Perolehan Persentase Kategorisasi
Minat Menabung

Skor	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
10-20	Kurang Baik	0	0%
21-30	Cukup Baik	0	0%
31-40	Baik	11	8,8%
41-50	Sangat Baik	114	91,2%
Jumlah		125	100%

Sumber: Hasil analisis data Kuesioner penelitian yang diolah, tahun 2022

Berdasarkan tabel 5.4, dapat dikemukakan hasil angket pada variable Minat Menabung yang diperoleh dari sampel penelitian menunjukkan bahwa secara umum Masyarakat Desa Pompaniki pada variabel Minat Menabung kategori Kurang Baik dan cukup baik diperoleh persentase 0% dengan frekuensi sampel 0 orang. Sedangkan Minat Menabung pada kategori baik diperoleh persentase 8,8% karena frekuensi sampel 11 dan Minat Menabung pada kategori sangat baik diperoleh persentase 91,2% dengan sampel 114

Berdasarkan Tabel 5.3 dan 5.4 di atas, dapat disimpulkan bahwa Minat Menabung di masyarakat desa pompaniki termasuk dalam kategori sangat baik dengan frekuensi 114 orang dan persentase 91,2%. Adapun skor rata-rata yaitu 44. Tingginya hasil persentase kecerdasan sosial dipengaruhi oleh jawaban responden terhadap kuesioner yang diberikan.

1. Tabel Skala Indikator

a. Persepsi

Tabel Persepsi 6.1 Indikator Seleksi

No	Pernyataan	Persepsi				
		SS	S	R	TS	STS
1	Saya memilih menggunakan produk perbankan syariah berdasarkan pengalaman saya maupun pengalaman orang terdekat saya terhadap bank syariah	25	42	42	15	1
2	Saya memilih Bank syariah berdasarkan saran dari seseorang berdasarkan testimoni pribadi mereka terhadap bank tersebut yang mempunyai reputasi yang baik	24	43	40	18	-

Data diolah dari hasil kuesioner tahun 2022

Pada tabel 6.1 Indikator Seleksi pada pernyataan pertama yang mendapatkan skor tertinggi dengan jumlah responden 42 adalah pada kategori setuju dan ragu, lalu yang mendapatkan pada kategori sangat setuju sebanyak 25 responden, tidak setuju sebanyak 15 responden dan pada kategori sangat setuju dan sangat tidak setuju mendapat sebanyak 1 responden.

Pada Indikator Seleksi untuk pernyataan kedua yang mendapatkan skor tertinggi dengan jumlah responden 43 adalah pada kategori setuju, lalu yang mendapatkan pada kategori setuju sebanyak 33 responden, tidak setuju sebanyak 18 responden dan pada kategori sangat setuju sebanyak 24 responden dan sangat tidak setuju mendapat 0 responden.

Tabel 6.2 Persepsi Indikator Organisasi

No	Pernyataan	Persepsi				
		SS	S	R	TS	STS
1	Bank Syariah hanya untuk yang beragama muslim	45	34	30	15	1
2	Bank syariah dapat bersaing dengan Bank Konvensional	41	44	29	11	-
3	Saya akan menggunakan produk perbankan syariah jika lingkungan saya menerima baik bank syariah	58	33	24	10	-

Data diolah dari hasil kuesioner tahun 2022

Pada tabel 6.2 Indikator Organisasi pada pernyataan pertama yang mendapatkan skor tertinggi dengan jumlah responden 45 adalah kategori sangat setuju, lalu yang memilih kategori ragu-ragu sebanyak 30 responden, tidak setuju sebanyak 15 responden dan pada kategori setuju 34 responden dan sangat tidak setuju mendapat sebanyak 1 responden.

Pada Indikator Organisasi untuk pernyataan kedua yang mendapatkan skor tertinggi dengan jumlah responden 44 adalah pada kategori setuju, lalu yang mendapatkan pada kategori sangat setuju sebanyak 41 responden, ragu-ragu 29 responden tidak setuju sebanyak 10 responden dan sangat tidak setuju mendapat 0 responden.

Pada Indikator Organisasi untuk pernyataan ketiga yang mendapatkan skor tertinggi dengan jumlah responden 58 adalah pada kategori sangat setuju, lalu yang mendapatkan pada kategori ragu-ragu sebanyak 24 responden, tidak setuju sebanyak 10 responden dan pada kategori setuju sebanyak 33 responden dan

sangat tidak setuju mendapat 0 responden.

Tabel 6.3 Persepsi Indikator Interpretasi

No	Pernyataan	Persepsi				
		SS	S	R	TS	STS
1	Menurut saya tabungan di bank syariah lebih aman dari pada bank konvensional	52	42	24	7	-
2	Bank syariah menyediakan berbagai macam produk dan layanan	72	27	19	7	-
3	Saya menganggap Bank syariah memberikan pelayanan yang cepat dan efisien	62	39	19	5	-
4	Staf bank syariah sopan dan ramah	61	34	25	5	-
5	Bank syariah memberikan pelayanan yang cepat dan efisien	50	39	30	3	-

Data diolah dari hasil kuesioner tahun 2022

Pada tabel 6.3 Indikator Interpretasi pada pernyataan pertama yang mendapatkan skor tertinggi dengan jumlah responden 52 adalah kategori sangat setuju, lalu yang memilih kategori ragu-ragu sebanyak 24 responden, setuju sebanyak 42 responden dan pada kategori tidak setuju sebanyak 7 responden dan sangat tidak setuju sebanyak 0 responden.

Pada Indikator Interpretasi untuk pernyataan kedua yang mendapatkan skor tertinggi dengan jumlah responden 72 adalah pada kategori sangat setuju, lalu yang mendapatkan pada kategori setuju sebanyak 30 responden, tidak setuju sebanyak 7 responden dan pada kategori ragu sebanyak 19 dan sangat tidak setuju 0 responden.

Pada Indikator interpretasi untuk pernyataan ketiga yang mendapatkan skor tertinggi dengan jumlah responden 62 adalah pada kategori sangat setuju, lalu yang mendapatkan pada kategori ragu-ragu sebanyak 25 responden, tidak setuju sebanyak 5 responden dan pada kategori setuju sebanyak 34 responden dan sangat tidak setuju mendapat 0 responden.

Pada Indikator interpretasi untuk pernyataan keempat yang mendapatkan skor tertinggi dengan jumlah responden 61 adalah pada kategori sangat setuju, lalu yang mendapatkan pada kategori ragu-ragu sebanyak 25 responden, tidak setuju sebanyak 5 responden dan pada kategori setuju sebanyak 34 responden dan sangat tidak setuju mendapat 0 responden.

Pada Indikator interpretasi untuk pernyataan kelima yang mendapatkan skor tertinggi dengan jumlah responden 53 adalah pada kategori setuju, lalu yang mendapatkan pada kategori setuju sebanyak 39 responden, tidak setuju sebanyak 5 responden dan pada kategori ragu sebanyak 30 responden dan sangat tidak setuju mendapat 0 responden.

b. Minat Menabung

Tabel 6.4 Indikator Tertarik Untuk Mencari Informasi

No	Pernyataan	Minat menabung				
		SS	S	R	TS	STS
1	Sebelum saya menggunakan jasa perbankan ada baiknya saya mencari tau kelemahan dan kekurangan bank itu sendiri	45	57	21	2	-
2	sebagai sarana untuk mencapai tujuan	47	67	10	1	-

	penting dalam jangka panjang					
--	------------------------------	--	--	--	--	--

Data diolah dari hasil kuesioner tahun 2022

Pada tabel 6.4 Indikator Interpretasi pada pernyataan pertama yang mendapatkan skor tertinggi dengan jumlah responden 57 adalah kategori setuju, lalu yang memilih kategori ragu-ragu sebanyak 21 responden, tidak setuju sebanyak 2 responden dan pada kategori sangat setuju 45 dan sangat tidak setuju sebanyak 0 responden.

Pada Indikator Interpretasi untuk pernyataan kedua yang mendapatkan skor tertinggi dengan jumlah responden 67 adalah pada kategori setuju, lalu yang mendapatkan pada kategori sangat setuju sebanyak 47 responden, tidak setuju sebanyak 1 responden dan pada kategori ragu sebanyak 10 dan sangat tidak setuju 0 responden.

Tabel 6.5 Indikator Mempertimbangkan untuk membeli

No	Pernyataan	Minat menabung				
		SS	S	R	TS	ST
1	Saya akan menabung di bank syariah untuk masa depan	53	54	18	-	-
2	Saya mempertimbangkan secara matang jika ingin mengambil sebuah keputusan dalam melakukan semua transaksi perbankan,	68	54	3	-	-

Data diolah dari hasil kuesioner tahun 2022

Pada tabel 6.5 Indikator Interpretasi pada pernyataan pertama yang mendapatkan skor tertinggi dengan jumlah responden 54 adalah kategori setuju, lalu yang memilih kategori sangat setuju sebanyak 53 responden, ragu sebanyak

18 responden dan pada kategori tidak setuju dan sangat tidak setuju sebanyak 0 responden.

Pada Indikator Interpretasi untuk pernyataan kedua yang mendapatkan skor tertinggi dengan jumlah responden 68 adalah pada kategori sangat setuju, lalu yang mendapatkan pada kategori setuju sebanyak 54 responden, ragu sebanyak 3 responden dan pada kategori tidak setuju dan sangat tidak setuju 0 responden.

Tabel 6.6 Indikator Tertarik Untuk Mencari Informasi

No	Pernyataan	Persepsi				
		SS	S	R	TS	ST
1	Bank syariah sangat mudah dan cepat untuk di pahami apabila kita ingin mencari informasi mengenai	69	50	6	-	-
2	Saya sangat pemilih dalam memilih produk pada bank syariah	78	41	4	2	-

Data diolah dari hasil kuesioner tahun 2022

Pada tabel 6.6 Indikator Tertarik Untuk Mencari Informasi pada pernyataan pertama yang mendapatkan skor tertinggi dengan jumlah responden 69 adalah kategori sangat setuju, lalu yang memilih kategori setuju sebanyak 50 responden, ragu-ragu sebanyak 6 responden dan pada kategori tidak setuju dan sangat tidak setuju sebanyak 0 responden.

Pada Indikator Tertarik Untuk Mencari Informasi untuk pernyataan kedua yang mendapatkan skor tertinggi dengan jumlah responden 78 adalah pada kategori sangat setuju, lalu yang memilih pada kategori setuju sebanyak 41

responden, ragu-ragu sebanyak 4 responden dan pada kategori tidak setuju sebanyak 2 responden dan sangat tidak setuju 0 responden.

Tabel 6.7 Indikator Ingin Mengetahui Produk

No	Pernyataan	Persepsi				
		SS	S	R	TS	ST
1	Produk bank Syariah alasan terkuat saya dalam memilih menggunakan Bank syariah	85	36	2	2	-
2	Saya ingin menabung di bank syariah karna produk yang di tawarkan beragam	93	29	3	-	-

Data diolah dari hasil kuesioner tahun 2022

Pada tabel 6.7 Indikator Ingin Mengetahui Produk pada pernyataan pertama yang mendapatkan skor tertinggi dengan jumlah responden 85 adalah kategori sangat setuju, lalu yang memilih kategori setuju sebanyak 36 responden, ragu-ragu sebanyak 2 responden dan pada kategori tidak setuju sebanyak 2 responden dan sangat tidak setuju sebanyak 0 responden.

Pada Indikator Ingin Mengetahui Produk untuk pernyataan kedua yang mendapatkan skor tertinggi dengan jumlah responden 93 adalah pada kategori sangat setuju, lalu yang mendapatkan pada kategori setuju sebanyak 29 responden, Ragu-ragu sebanyak 3 responden dan pada kategori tidak setuju dan sangat tidak setuju 0 responden.

Tabel 6.8 Indikator Ingin Memiliki Produk

No	Pernyataan	Persepsi				
		SS	S	R	TS	STS
1	Saya sangat tertarik untuk mengetahui dan memiliki produk bank syariah karena manfaatnya	82	42	1	-	-
2	Saya ingin menggunakan produk layanan bank syariah secara terus menerus	87	35	2	1	-

Data diolah dari hasil kuesioner tahun 2022

Pada tabel 6.8 Indikator Ingin Memiliki Produk pada pernyataan pertama yang mendapatkan skor tertinggi dengan jumlah responden 56 adalah kategori sangat setuju, lalu yang memilih kategori setuju sebanyak 43 responden, ragu-ragu sebanyak 1 responden dan pada kategori tidak setuju dan sangat tidak setuju sebanyak 0 responden.

Pada Indikator Ingin Memiliki Produk untuk pernyataan kedua yang mendapatkan skor tertinggi dengan jumlah responden 87 adalah pada kategori sangat setuju, lalu yang mendapatkan pada kategori setuju sebanyak 35 responden, dan untuk kategori tidak setuju sebanyak 1 responden, ragu-ragu sebanyak 2 responden dan sangat tidak setuju sebanyak 0 responden.

2. Analisis Regresi Sederhana

Pengujian hipotesis pengaruh signifikan terhadap Pengaruh Persepsi Terhadap Minat Menabung pada Bank Syariah di Desa Pompaniki.

Hasil analisis pengujian hipotesis dilakukan dengan mencari pengaruh Persepsi (X) terhadap Minat Menabung (Y) pada Masyarakat Desa Pompaniki.

Hal ini dilakukan dengan menggunakan pengolahan data melalui program SPSS (Statistical Product and Service Solution) Ver. 22 for windows.

Tabel 7.1
Hasil Analisis Regresi Sederhana
Coefficients^a

	Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	33.103	2.480		13.347	.000
	PERSEPSI	.296	.062	.398	4.808	.000

a. Dependent Variable: MINAT MENABUNG

Berdasarkan tabel analisis Persepsi terhadap data skor Minat Menabung menghasilkan konstanta “ α ” sebesar 33.103 dan koefisien regresi “ Bx_1 ” sebesar 0.296 sehingga persamaan regresinya yaitu: $Y = \alpha + Bx_1$ atau $Y = 33.103 + 0.296$ Pengujian keberartian antara Persepsi dan Minat menabung disimpulkan melalui persamaan regresi $Y = 33.103 + 0.296$ menunjukkan:

- a. Nilai konstanta sebesar 33.103 hal ini menunjukan bahwa tanpa di pengaruhi oleh variabel persepsi maka tingkat minat menabung di bank syariah sebesar 33.103.
- b. Koefisien regresi sebesar 0.296 menyatakan bahwa setiap peningkatan 1 variabel persepsi akan meningkatkan minat menabung di bank syariah sebesar 0.296.

4. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji T)

Pengujian signifikansi koefisien regresi sederhana dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh yang terjadi sehingga dapat digenerasikan atau

berlaku untuk populasi. Adapun langkah pengujiannya, yaitu dengan menentukan hipotesis. Adapun hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

H_a : Diduga persepsi masyarakat desa Pompaniki memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat menabung pada Bank Syariah Indonesia

H_o : Diduga persepsi masyarakat berpengaruh negatif terhadap minat Menabung pada Bank Syariah Indonesia

Pengujian tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$ yang berarti bahwa untuk mengambil keputusan untuk menolak hipotesa yang benar sebesar 5% atau 0,05. Adapun hasil analisis melalui tabel model summary menunjukkan koefisien perolehan nilai determinan.

Tabel 7.2
Hasil Analisis Regresi Sederhana
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	33.103	2.480		13.347	.000
	PERSEPSI	.296	.062	.398	4.808	.000

a. Dependent Variable: MINAT MENABUNG

Hasil pengujian keberartian koefisien dengan menggunakan uji t diperoleh bahwa $t_{hitung} = 4.808$ signifikan pada taraf nyata 0.000. Adapun t_{hitung} pada taraf signifikansi 0,05 dengan $n = 125$ maka $df = n-2$ yaitu $125-2 = 123$. Jadi, nilai $t_{tabel} = 1.65714$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa $t_{hitung} 4.808 \geq t_{tabel} 1.65714$ dengan $\alpha = 0,05$ sehingga H_a di terima dan H_o ditolak. Hal ini berarti bahwa ada pengaruh antara Persepsi (X) terhadap Minat Menabung (Y).

b. Uji R Square (R^2)

Koesifien determinasi yang dinotasikan dengan R^2 merupakan suatu ukuran yang penting dalam regresi. Determinan R^2 mencerminkan kemampuan variabel dependen. Tujuan analisis ini adalah untuk menghitung besarnya pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen, uji ini menunjukkan seberapa besar proporsi dari total variasi variabel tidak bebas yang sudah di jelaskan oleh variabel penjelas. Berikut merupakan hasil dari R Square

Tabel 7.3
Hasil Koefisien Determinan
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.398 ^a	.158	.151	2.786

a. Predictors: (Constant), PERSEPSI

Dari hasil uji hipotesis dan persamaan analisis regresi sederhana menunjukkan ada pengaruh antara persepsi masyarakat desa pompaniki terhadap minat menabung di bank syariah Indonesia yang di dukung oleh koefisien R^2 (R Square) sebesar .158 yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara variabel Persepsi (X) Minat Menabung (Y). Didukung oleh koefisien determinasi sebesar 15,8%. Hal ini berarti bahwa 15,8% Persepsi (X) berpengaruh terhadap variabel Minat Menabung (Y) yang dijelaskan oleh variasi aspek melalui persamaan $Y = 33.103 + 0.296$

B. Pembahasan

Uji hipotesis (Pengaruh persepsi masyarakat desa Pompaniki terhadap minat menabung pada bank syariah Indonesia).

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan secara parsial variabel persepsi masyarakat desa Pompaniki (X) berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah yang berarti H_a di terima dan H_o ditolak. Dilihat dari hasil uji t yang mempunyai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4.808 > 1.65714$) membuktikan adanya pengaruh yang signifikan antara persepsi masyarakat desa Pompaniki terhadap minat menabung pada Bank syariah yang di uji secara parsial dengan hasil nilai signifikansi lebih kecil yaitu 0,000 dari 0,05 yang di dukung oleh R Square sebesar 0.158 menunjukkan bahwa persepsi masyarakat desa Pompaniki sebesar 15,8% berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah Indonesia dan 84.2% di pengaruhi faktor lain.

Berdasarkan dari hasil penelitian ini dapat di simpulkan bahwa persepsi masyarakat di desa Pompaniki bisa dikatakan baik dan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung tetapi tetap saja minat menabung relatif rendah karena kebanyakan dari mereka sudah menggunakan bank konvensional sehingga mereka terlalu nyaman menggunakan bank konvensional dan malas untuk beralih ke bank syariah dan pengetahuan masyarakat pompaniki tentang bank syariah masih relatif rendah.

Hasil penelitian yang mendukung penelitian ini yaitu penelitian terdahulu yang di lakukan oleh Karmila pada tahun 2020 yaitu, Pengaruh persepsi Masyarakat Ujung Lero Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Pare Pare, peneliti mendapat jawaban bahwa terdapat pengaruh persepsi masyarakat Ujung Lero terhadap minat menabung di Bank Syariah Parepare, masyarakat pare pare sangat mengutamakan pendapat mereka terhadap suatu hal dalam menentukan

pilihannya, baik buruknya suatu hal mempengaruhi minat mereka⁵⁶

Menurut Schiffman dan Kanuk, konsumen akan memutuskan produk atau barang maupun jasa akan dibeli berdasarkan atas persepsinya terhadap benda tersebut yang berkaitan dengan kemampuan produk tersebut memenuhi kebutuhannya, semakin tinggi atau semakin bagus persepsi konsumen terhadap nilai suatu produk tersebut juga semakin tinggi minatnya.⁵⁷

Hasil penelitian tersebut diperkuat dengan teori yang dikemukakan Kotler yaitu salah satu yang mempengaruhi minat adalah faktor psikologi yang di dalamnya terdapat persepsi. Pada penelitian ini teori tersebut adalah terbukti, yakni persepsi masyarakat tentang Bank Syariah berpengaruh positif terhadap minat menabung di bank syariah, sehingga persepsi masyarakat terhadap bank syariah perlu di tingkatkan berdasarkan penginderaan, atensi (perhatian), dan interpretasi.⁵⁸

Widayani Wahab pada jurnal yang berjudul *Pengaruh Tingkat Bagi Hasil Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah* menjelaskan pilihan pembelian seseorang dipengaruhi oleh empat faktor utama yaitu motivasi, persepsi, pengetahuan dan kepercayaan.⁵⁹ Masyarakat yang memberikan persepsi baik terhadap bank syariah maka minat menabung masyarakat juga akan baik, dan sebaliknya, jika masyarakat memberikan persepsi yang kurang baik juga akan

⁵⁶ Karmila “*pengaruh persepsi masyarakat ujung lero terhadap minat menabung di bank syariah ParePare*” (Jurnal Skripsi)2020, hlm 1

⁵⁷ Schiffman dan Kanuk “*perilaku konsumen*” edisi kedua, (Jakarta : PT Indeks Gramedia)

⁵⁸ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Jilid 2 edisi ke 13*, (Jakarta: Erlangga, 2008), 217

⁵⁹ Wirdayani Wahab, “Pengaruh Tingkat Bagi Hasil Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah,” *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, volume 1, 2 (2016), 175.

berdampak pada minat menabung yang kurang, dan ada beberapa faktor yang menyebabkan minat itu bertambah maupun berkurang seperti yang di sebutkan Kotler dalam bukunya yaitu dari motivasi, persepsi, pengetahuan dan kepercayaan masyarakat itu sendiri.

Octaviani Faradillah K dalam jurnal berjudul analisis pengaruh pengetahuan persepsi masyarakat, regeulitas, produk, reputasi, kualitas pelayanan, dan kotak bank terhadap minat nasabah dalam memilih menabung pada bank syariah, dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa reguisilitas dan persepsi berpengaruh sangat sidnifikan terhadap minat masyarakat boyolali untuk menabung pada bank syariah, sedangkan factor lain seperti pengetahuan, lokasi, reputasi, kualitas pelayanan,dan kotak bank tidak berpengaruh sidnifikan.

Penelitian ini didukung oleh hasil penelitian Nina Ismiyanti dengan judul Persepsi dan minat masyarakat terhadap perbankan syariah di kota palangkaraya, dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi masyarakat palangkaraya terhadap bank syariah tinggi, tetapi tetap saja minat menabung relatif sedang, karena pengetahuan mereka tentang produk masih kurang.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pengujian menunjukkan secara parsial variabel persepsi masyarakat desa Pompaniki (X) berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah yang berarti H_a di terima dan H_o ditolak. Dilihat dari hasil uji t yang mempunyai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4.808 > 1.65714$) membuktikan adanya pengaruh yang signifikan antara persepsi masyarakat desa Pompaniki terhadap minat menabung pada Bank syariah secara parsial serta nilai signifikansi 0.05 lebih besar dari 0,000. Dari hasil pengujian juga didapatkan nilai R square sebesar 15.8% menunjukkan bahwa persepsi masyarakat desa Pompaniki sebesar berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah Indonesia dan 84.2% dipengaruhi faktor lain.

B. Saran

1. Untuk mendorong perkembangan dan pertumbuhan pihak bank syariah diharapkan mengadakan sosialisasi yang efektif dan perlu di tekankan pada pengalaman pada sisi keunggulan yang di miliki bank syariah, hal ini untuk meningkatkan persepsi masyarakat tentang bank syariah.
2. Perlunya sosialisasi bank syariah secara rutin baik melalui media cetak, elektronik, maupun dengan pendekatan langsung kepada masyarakat, hal ini menambah pengetahuan masyarakat tentang bank syariah
3. Untuk meningkatkan persepsi dan pengetahuan masyarakat tentang bank syariah selain diadakannya sosialisasi dari pihak bank syariah, masyarakat juga

bisa mencari informasi terkait bank syariah dari media massa.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Rahman Shaleh and Muhibb Abdul Wahbah, *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam*, Jakarta: Kencana, 2004.
- Ahmad, Beni Saebeni, *Metode Penelitian*, Bandung: Pustaka Setia, 2008
- Andrianto, dr. m. anang firmansyah. *manajemen bank syariah*. Cetakan 1. Surabaya: qiara media 2019
- Anoraga Pandji, *Manajemen Bisnis*, Jakarta, Rineka Cipta, 2009
- B. Adler Ronald and Rodman *understanding Human Comunication*. Terjemahan Agus Darma. Jakarta : Erlangga, 2016
- Eka Yasika Wijayanti. *Pengaruh dan pengetahuan terhadap minat menabung di bank syariah pada masyarakat dukuh krajan pulosari jambon ponorogo*. Jurnal skripsi. Iain Ponorogo. 2019
- Hakim, Rahman, Maman. *Hukum perbankan syariah di Indonesia*. Tangerang: Faza Media, 2017
- Imran, Bambang Hermawan, “ *Pengaruh Persepsi Masyarakat Batam Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menggunakan Produk Bank Syariah*,” Jurnal Business Administrasion, volume 1, 2, 2017
- Ismail, *Perbankan Syariah*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2005
- Kanuk Schiffman *Perilaku Konsumen Edisi Kedua*, Jakarta : PT Indeks Gramedia 2017
- Karmila “*pengaruh presepsi masyarakat ujung lero terhadap minat menabung di bank syariah ParePare*”, Skripsi. 2020
- Kasmir, *Kewirausahaan*, Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2014

Kotler Philip and Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Jilid 1 edisi ke 13*, Jakarta: Erlangga, 2008

Kotler Philip and Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Jilid 2 edisi ke 13*, Jakarta: Erlangga, 2008

Mahmud Zaid, wawancara (Aparat Desa Pompaniki)

Muhammad, *manajemen pembiayaan bank syariah*. Yogyakarta: UUPAMP YKPN. 2000

Nina Ismiyanti, *Presepsi dan minat masyarakat terhadap perbankan syariah di Kota Palangkaraya*, 2019

Nitisusastro Mulyadi, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan*, Bandung: Alfabeta, 2013)

Nuril Fijriah, *pengaruh persepsi terhadap minat menabung mahasiswa menabung di bank syariah*, jurnal skripsi. 2021

Octaviani Faradillah K “*Analisis Pengaruh pengetahuan, persepsi masyarakat, regeulitas, produk, reputasi, kualitas pelayanan, dan kotak bank terhadap minat nasabah dalam memilih menabung pada bank syariah*’jurnal skripsi. 2021

Priansa, Donni Juni, *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer* , 164.

Ramly, *Kepemimpinan dan Perilaku Organisasi*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004

Ristiyani Prasetijo, John J.O.I Ihalaui, *Perilaku Konsumen*, Yogyakarta: Andi Offset, 2015

Robbins, S.P, *Perilaku Organisasi Jilid 1*. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia, 2003

Robbins, Stephen P. *Prinsip-Prinsip Perilaku Organisasi*, edisi.5 Jakarta: Erlangga, 2002

Slameto .*Belajar dan Faktor-faktor yang Mempengaruhinya* . Jakarta: Rineka Cipta, 2010.

Suatu Pendidikan Praktik . Jakarta: Rineka Cipta, 2006

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* . Bandung: Alfabeta, 2016

Wahab Wirdayani, “Pengaruh Tingkat Bagi Hasil Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah,” *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, volume 1, 2. 2016

Wahyu, Makkulau Rio. A. *Bank islam di Indonesia*. Cetakan 1. Surakarta: CV Kekata Group, 2019

Wiratna Sujarweni, *SPSS untuk Penelitian, “Tabel distribusi t”* ,Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015

Yuniarti, Vinna Sri. *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik*,

Zainal, Veithzal Rivai, Hadad, Muliaman Darmansyah Hadad, and Mansyur

Uji Validitas Variabel Persepsi (X)

[illegible]

Y5	Pearson Correlation	.089	.241**	.240**	.480**	1	.463**	.412**	.317**	.087	.103	.677**
	Sig. (2-tailed)	.324	.007	.007	.000		.000	.000	.000	.332	.253	.000
	N	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125
Y6	Pearson Correlation	-.070	.145	.222*	.198*	.463**	1	.559**	.291**	.067	.194*	.609**
	Sig. (2-tailed)	.438	.106	.013	.027	.000		.000	.001	.457	.030	.000
	N	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125
Y7	Pearson Correlation	-.047	.122	.074	.267**	.412**	.559**	1	.403**	.130	.207*	.604**
	Sig. (2-tailed)	.605	.174	.413	.003	.000	.000		.000	.150	.021	.000
	N	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125
Y8	Pearson Correlation	-.136	-.005	.018	.270**	.317**	.291**	.403**	1	.379**	.240**	.494**
	Sig. (2-tailed)	.130	.956	.839	.002	.000	.001	.000		.000	.007	.000
	N	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125
Y9	Pearson Correlation	.173	.059	.054	.026	.087	.067	.130	.379**	1	.418**	.433**
	Sig. (2-tailed)	.054	.516	.552	.772	.332	.457	.150	.000		.000	.000
	N	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125
Y10	Pearson Correlation	-.025	-.074	.037	.102	.103	.194*	.207*	.240**	.418**	1	.399**
	Sig. (2-tailed)	.784	.415	.686	.256	.253	.030	.021	.007	.000		.000
	N	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125
TOTAL	Pearson Correlation	.309**	.486**	.471**	.565**	.677**	.609**	.604**	.494**	.433**	.399**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125

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

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

Uji Reabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.615	10

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.661	10

Hasil Analisis Regresi Sederhana

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	persepsi ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: minat

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.398 ^a	.158	.151	2.786

a. Predictors: (Constant), persepsi

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	179.416	1	179.416	23.121	.000 ^b
	Residual	954.456	123	7.760		
	Total	1133.872	124			

a. Dependent Variable: minat

b. Predictors: (Constant), persepsi

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	33.103	2.480		13.347	.000
	persepsi	.296	.062	.398	4.808	.000

a. Dependent Variable: minat

Lampiran 5 : Dokumentasi

Dokumentasi Responden











Lampiran 6 : Hasil Kuesioner

a. Hasil Kuesioner Variabel Persepsi (X)

SAMPel	PERNYATAAN PERSEPSI										JUMLAH
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	4	5	3	2	5	5	4	4	4	4	40
2	4	3	4	4	5	5	5	5	4	4	43
3	3	4	4	3	3	5	5	3	5	5	40
4	2	3	3	3	5	5	5	5	5	5	41
5	5	3	4	5	5	4	5	4	4	4	43
6	4	3	2	2	2	5	5	5	3	3	34
7	4	4	4	4	4	5	5	5	5	3	43
8	1	2	5	2	5	4	5	5	4	4	37
9	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41
10	4	3	5	5	5	5	5	5	4	5	46
11	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49
12	2	3	3	5	5	5	5	5	4	4	41
13	4	4	5	4	5	4	4	4	3	3	40
14	3	3	4	3	5	5	5	4	4	4	40
15	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	40
16	5	4	3	3	3	3	5	5	5	5	41
17	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	47
18	4	3	3	3	4	4	3	5	4	4	37
19	3	4	3	4	5	5	4	4	5	4	41
20	5	5	5	4	4	4	4	4	4	3	42
21	2	2	5	5	5	5	5	5	5	5	44
21	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	47
23	3	3	2	2	5	5	5	5	5	2	37
24	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	46
25	3	5	5	3	5	5	5	5	5	3	44
26	4	5	5	3	5	4	4	3	4	4	41
27	5	5	5	5	5	3	5	5	3	4	45
28	3	4	5	4	5	4	5	4	5	3	42
29	3	5	3	5	5	5	3	5	5	3	42
30	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	46
31	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	45
32	2	5	5	3	5	3	3	5	5	5	41
33	5	2	5	2	3	5	3	5	5	3	38
34	4	5	4	4	5	4	5	5	5	4	45
35	5	2	4	4	4	4	4	5	5	5	42
36	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	44
37	5	4	3	3	5	5	5	5	5	5	45

38	5	5	5	4	4	3	5	5	3	4	43
39	5	3	5	4	4	5	3	5	5	3	42
40	5	2	5	3	2	5	5	2	5	5	39
41	4	4	4	4	5	4	4	4	3	5	41
42	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	43
43	2	5	5	5	2	5	3	5	5	5	42
44	3	3	5	3	5	3	5	5	5	5	42
45	5	3	5	5	3	5	5	5	2	5	43
46	5	3	5	5	5	2	5	3	5	5	43
47	3	5	2	5	5	5	5	5	5	5	45
48	3	5	5	5	5	5	2	3	5	5	43
49	5	3	5	5	5	3	5	3	5	5	44
50	5	2	5	3	5	5	2	5	5	5	42
51	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	44
52	5	4	5	5	4	5	5	5	4	3	45
53	4	4	5	3	5	5	3	4	4	4	41
54	5	5	2	5	2	5	5	5	5	5	44
55	5	5	3	5	3	3	5	5	5	5	44
56	5	5	3	3	5	2	5	5	5	5	43
57	3	3	5	5	5	5	4	4	3	3	40
58	3	3	4	4	4	3	5	5	5	4	40
59	3	3	4	4	5	3	5	5	3	5	40
60	4	4	4	5	5	5	4	4	3	3	41
61	4	3	3	3	4	5	5	5	5	3	40
62	4	4	4	3	4	4	5	4	3	5	40
63	4	4	4	4	4	4	5	5	3	4	41
64	4	4	4	4	3	4	4	5	5	3	40
65	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
66	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
67	3	4	3	4	4	4	4	4	5	5	40
68	3	3	3	3	5	5	5	5	5	5	42
69	2	2	2	5	5	5	5	5	5	5	41
70	2	2	2	5	5	5	5	5	5	5	41
71	2	2	2	5	5	5	5	5	5	5	41
72	3	3	3	3	3	5	5	5	5	5	40
73	4	4	4	4	4	3	5	5	3	3	39
74	4	4	4	4	4	3	3	5	5	3	39
75	3	3	3	5	3	5	3	5	5	5	40
76	3	5	3	5	3	4	5	5	3	3	39
77	5	5	2	5	5	3	5	2	5	3	40
78	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	40
79	3	3	3	3	3	3	3	5	5	5	36

80	3	3	3	3	5	3	5	5	5	5	40
81	3	5	5	5	5	5	5	5	2	2	42
82	2	3	2	2	2	5	5	5	3	3	32
83	2	2	5	5	5	3	3	5	5	5	40
84	3	3	5	5	5	5	3	4	4	4	41
85	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	42
86	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	41
87	3	3	3	2	3	5	5	5	5	5	39
88	2	2	2	3	3	2	3	3	5	5	30
89	4	3	4	4	2	3	3	3	3	3	32
90	4	3	4	4	2	3	4	4	4	4	36
91	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	31
92	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4	35
93	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	27
94	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	21
95	2	2	4	4	3	2	2	3	3	3	28
96	4	4	3	4	3	4	2	4	4	4	36
97	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	37
98	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	34
99	3	3	4	2	3	3	4	3	4	4	33
100	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	32
101	2	2	3	4	5	5	4	4	3	3	35
102	3	4	2	5	5	5	3	3	5	5	40
103	3	4	2	3	5	5	5	5	5	5	42
104	2	2	5	5	3	4	5	5	4	5	40
105	4	5	5	4	3	4	5	2	4	4	40
106	3	3	4	5	5	5	5	2	3	4	39
107	5	4	4	3	4	5	5	3	2	5	40
108	4	3	5	4	5	3	5	2	3	4	38
109	5	2	5	4	3	4	5	3	2	5	38
110	4	4	3	5	4	3	5	4	3	4	39
111	4	4	2	4	5	4	5	3	5	3	39
112	3	3	4	4	5	4	5	4	5	4	41
113	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	44
114	3	3	4	5	4	4	5	4	5	3	40
115	3	2	3	5	5	4	5	4	5	3	39
116	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
117	3	3	5	5	2	5	5	5	5	5	43
118	4	4	2	4	4	4	5	4	4	4	39
119	3	3	3	3	4	3	5	5	5	5	39
120	4	4	5	4	4	4	5	4	3	3	40
121	4	5	3	2	3	4	4	4	4	5	38

122	3	2	1	4	4	5	5	5	5	5	39
123	3	4	5	4	5	2	3	3	5	5	39
124	3	4	5	4	5	3	2	5	4	5	40
125	3	4	5	2	3	4	5	5	5	4	40

b. Hasil Kuesioner Variabel Minat Menabung (Y)

SAMPel	PERTANYAAN MINAT MENABUNG (Y)										JUMLAH
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	44
2	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	44
3	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	44
4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
5	4	4	5	4	3	5	4	4	5	5	43
6	4	4	4	4	3	3	3	5	5	5	40
7	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	47
8	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	40
9	3	4	4	3	3	4	4	5	5	5	40
10	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	48
11	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
12	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49
13	4	5	3	4	4	4	4	5	4	4	41
14	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	42
15	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
16	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	44
17	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	48
18	3	3	3	5	4	5	5	5	5	4	42
19	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	46
20	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	44
21	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
22	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
23	3	4	4	4	4	5	5	5	4	4	42
24	4	3	3	4	4	4	5	5	5	5	42
25	4	4	5	5	4	5	5	4	4	5	45
26	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	43
27	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	43
28	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	42
29	5	4	3	4	5	4	4	5	5	5	44
30	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	47
31	4	3	5	5	4	5	5	5	5	5	46
32	4	3	5	4	4	4	4	5	4	4	41
33	3	4	5	4	4	5	4	4	4	4	41
34	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	42

35	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	46
36	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	47
37	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	48
38	3	4	4	5	4	4	4	5	5	5	43
39	4	3	4	4	4	4	4	5	5	5	42
40	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	48
41	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	46
42	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	47
43	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	46
44	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	48
45	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	45
46	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	47
47	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	45
48	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	47
49	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	47
50	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49
51	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
52	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
53	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	49
54	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	46
55	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	47
56	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	46
57	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	47
58	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	46
59	5	5	3	4	4	5	5	5	5	5	46
60	4	5	3	5	5	5	5	5	5	5	47
61	4	5	3	5	5	4	5	5	4	4	44
62	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	48
63	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	45
64	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49
65	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	48
66	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	45
67	4	4	3	5	4	4	5	5	5	5	44
68	4	4	3	5	5	5	5	5	5	5	46
69	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	47
70	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	42
71	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	45
72	4	4	3	5	5	4	5	5	5	5	45
73	4	4	3	5	5	5	5	5	4	4	44
74	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	46
75	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	43
76	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	44

77	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	46
78	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	46
79	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
80	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	44
81	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	46
82	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	45
83	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	46
84	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	47
85	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	47
86	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	48
87	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	49
88	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39
89	3	4	3	4	4	5	5	5	4	4	41
90	3	4	4	4	4	5	5	4	4	5	42
91	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	45
92	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	37
93	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
94	3	3	4	4	4	5	5	5	5	5	43
95	4	4	3	3	5	5	5	5	5	5	44
96	5	5	3	3	3	4	4	3	5	5	40
97	4	4	3	4	5	5	5	5	5	5	45
98	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	37
99	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
100	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49
101	2	3	5	5	5	5	5	5	3	4	42
102	3	4	5	5	5	5	5	5	4	5	46
103	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	45
104	5	3	4	4	5	5	5	5	5	5	46
105	3	4	5	5	5	2	5	5	5	5	44
106	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	47
107	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	48
108	3	4	5	5	4	5	4	5	4	5	44
109	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	48
110	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	43
111	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	44
112	3	5	5	5	5	5	5	5	4	5	47
113	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	48
114	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	47
115	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	48
116	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	48
117	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	47
118	5	5	4	4	3	2	2	3	5	3	36

119	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	48
120	3	5	5	5	5	5	5	5	5	4	47
121	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	45
122	4	5	3	5	5	5	5	5	5	5	47
123	4	4	4	5	4	3	4	3	4	5	40
124	5	4	5	5	4	3	2	5	5	5	43
125	3	2	3	4	4	5	5	5	5	5	41



Riwayat Hidup



Lahir dipompaniki pada tanggal 20 Januari 2000 penulis merupakan anak ketiga dari 3 bersaudara pasangan seorang ayah yang bernama Sabadi dan ibu Asma. Saat ini penulis bertempat tinggal di Dusun Pombakka Desa Pompanika Kecamatan Sabbang Selatan Kabupaten Luwu Utara Provinsi Sulawesi Selatan. Pendidikan dasar penulis diselesaikan pada tahun 2012 di SDN 003 Pompaniki. Kemudian, ditahun yang sama menempuh pendidikan di SMP Negeri 1 Sabbang hingga 2015. Pada tahun 2015 melanjutkan pendidikan di SMA Negeri 18 Luwu Utara. Setelah lulus di SMA Negeri 18 Luwu Utara penulis melanjutkan pendidikan dibidang yang diminati yaitu Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo.