



**PENGARUH RELIGIUSITAS, LINGKUNGAN SOSIAL  
DAN IKLAN TERHADAP MINAT MENABUNG DI  
BANK SYARIAH  
(Studi Kasus: Masyarakat Kelurahan Wek V Siborang Kec.  
Padangsidimpuan Selatan)**

**SKRIPSI**

*Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat  
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
dalam Bidang Perbankan Syariah*

Oleh

**AMINAH LUBIS  
NIM 16 401 00003**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH**

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



**PENGARUH RELIGIUSITAS, LINGKUNGAN SOSIAL  
DAN IKLAN TERHADAP MINAT MENABUNG  
DI BANK SYARIAH  
(Studi Kasus: Masyarakat Kelurahan Wek V Siborang Kec.  
Padangsidempuan Selatan)**

**SKRIPSI**

*Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat  
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
dalam Bidang Perbankan Syariah*

Oleh

**AMINAH LUBIS  
NIM 16 401 00035**

**PEMBIMBING I**

**Windari, S.E., M.A.  
NIP. 19830510 201503 2003**

**PEMBIMBING II**

**Damri Batubara, M.A.  
NIDN. 2019108602**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
PADANGSIDIMPUAN  
2021**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang, Padangsidimpuan 22733  
Telepon (0634) 22080 Fax. (0634) 24022

Hal : Lampiran Skripsi a.n. **Aminah Lubis** Padangsidimpuan, 8 Desember 2020  
Kepada Yth:  
Lampiran : 6 (Enam) Eksemplar Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan  
Di-  
Padangsidimpuan

*Assalamu'alaikum Wr. Wb*

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. **Aminah Lubis** yang berjudul "**Pengaruh Religiusitas, Lingkungan Sosial dan Iklan Terhadap Minat Menabung (Studi kasus: Masyarakat Kelurahan Wek V Siborang Kec. Padangsidimpuan Selatan)**". Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (SE) dalam bidang ilmu Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan.

Untuk itu, dalam waktu yang tidak berapa lama kami harapkan saudara tersebut dapat dipanggil untuk mempertanggungjawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama dari Bapak/Ibu kami ucapkan terimakasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

**PEMBIMBING I**

**Windari, S.E., M.A.**  
**NIP. 19830510 201503 2 003**

**PEMBIMBING II**

**Damri Batubara, M.A.**  
**NIDN. 2019108602**

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai civitas akademika Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan.  
Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Aminah Lubis  
NIM : 16 401 00003  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : Perbankan Syariah  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul **“Pengaruh Religiusitas, Lingkungan Sosial dan Iklan Terhadap Minat Menabung (Studi kasus: Masyarakat kelurahan Wek V Siborang Kec. Padangsidempuan Selatan)”**. Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih media/memformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidempuan  
Pada tanggal : 8 Desember 2020  
Yang menyatakan,



AMINAH LUBIS  
NIM. 16 401 00003

## **SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI**

Dengan nama Allah yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, bahwa saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : AMINAH LUBIS  
NIM : 16 401 00003  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : Perbankan Syariah  
Judul Skripsi : **“Pengaruh Religiusitas, Lingkungan Sosial dan Iklan Terhadap Minat Menabung (Studi kasus: Masyarakat kelurahan Wek V Siborang Kec. Padangsidempuan Selatan)”**.

Dengan ini menyatakan bahwa saya menyusun skripsi ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing, dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan Kode Etik Mahasiswa IAIN Padangsidempuan pasal 14 ayat 11 tahun 2014.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam pasal 19 ayat 4 tentang Kode Etik Mahasiswa IAIN Padangsidempuan, yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidempuan, 8 Desember 2020  
Pembuat Pernyataan,



**AMINAH LUBIS**  
**NIM. 16 401 00003**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan H.T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Padangsidimpuan, 22733  
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

**DEWAN PENGUJI  
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI**

**NAMA : AMINAH LUBIS**  
**NIM : 16 401 00003**  
**FAKULTAS/JURUSAN : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah**  
**JUDUL SKRIPSI : Pengaruh Religiusitas, Lingkungan Sosial dan Iklan Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus: Masyarakat Kelurahan Wek V Siborang Kec. Padangsidimpuan Selatan)**

**Ketua**

**Dr. H. Arbanur Rasyid, M.A.**  
**NIP. 19730725 199903 1 002**

**Sekretaris**

**Hamni Fadlilah Nasuion, M.Pd.**  
**NIP. 19830317 201801 2 001**

**Anggota**

**Dr. H. Arbanur Rasyid, M.A.**  
**NIP. 19730725 199903 1 002**

**Hamni Fadlilah Nasuion, M.Pd.**  
**NIP. 19830317 201801 2 001**

**Dr. Budi Gautama Siregar, S.Pd., M.M.**  
**NIP. 19790720 201101 1 005**

**Arti Damisa, S.H.I., M.E.I.**  
**NIDN. 2020128902**

**Pelaksanaan Sidang Munaqasyah**

**Di : Padangsidimpuan**  
**Hari/Tanggal : Kamis/ 11 Februari 2021**  
**Pukul : 13.30 WIB s/d 16.00 WIB**  
**Hasil/Nilai : Lulus/73,5 (B)**  
**Index Prestasi Kumulatif : 3,66**  
**Predikat : Pujian**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
Jl. H.TengkuRizal Nurdin Km.4,5 Sihitang 22733  
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

---

## **PENGESAHAN**

**JUDUL SKRIPSI** : **Pengaruh Religiusitas, Lingkungan Sosial dan Iklan Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus: Masyarakat Kelurahan Wek V Siborang Kec. Padangsidimpuan Selatan)**

**NAMA** : **AMINAH LUBIS**  
**NIM** : **1640100003**

Telah dapat diterima untuk memenuhi salah satu tugas  
Dan syarat-syarat dalam memperoleh gelar  
**Sarjana Ekonomi (SE)**  
Dalam Bidang Perbankan Syariah

Padangsidimpuan, 15 Maret 2021

Dekan,



**Dr. Darwis Harahap, S.HI., M.Si.**  
NIP. 19780818 200901 1 015

## ABSTRAK

**Nama : Aminah Lubis**  
**Nim : 16 401 00003**  
**Judul Skripsi : Pengaruh Religiusitas, Lingkungan Sosial, dan Iklan Terhadap Minat Menabung (Studi Kasus: Masyarakat Kelurahan Wek V Siborang Kec. Padangsidempuan Selatan)**

Bank syariah merupakan bank yang melaksanakan Kegiatannya berdasarkan prinsip-prinsip Islam dan menggunakan sistem bagi hasil atau tidak menggunakan bunga bank dalam kegiatan operasionalnya. Bank syariah berfungsi untuk menghimpun dana dari masyarakat yang kelebihan dana dan menyalurkannya kepada masyarakat yang membutuhkan dana. Masyarakat Kelurahan Wek V Siborang Kec. Padangsimpuan Selatan merupakan mayoritas muslim, mudah mendapatkan informasi, brosur, spanduk, promosi dari bank syariah dikarenakan dekat dengan lokasi, yang memiliki potensi dalam menggunakan bank syariah. Namun pada kenyataanya hanya sedikit masyarakat yang menggunakan bank syariah. Adapun rumusan masalah ini apakah religiusitas, lingkungan sosial dan iklan berpengaruh terhadap minat menabung di Bank Syariah secara parsial dan simultan. Adapun tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh religiusitas, lingkungan sosial dan iklan terhadap minat menabung di bank syariah secara parsial dan simultan.

Pembahasan dalam penelitian ini berkaitan dengan bidang ekonomi dan perbankan syariah. Sehubungan dengan itu, pendekatan yang dilakukan adalah teori-teori yang berkaitan dengan religiusitas, lingkungan sosial, iklan, dan minat serta bagian-bagian ilmu tertentu dari keilmuan tersebut.

Penelitian ini menggunakan pendekatan Kuantitatif. Sampel di dalam penelitian ini berjumlah 93 responden. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner dan dokumentasi, kemudian pengolahan datanya`menggunakan perhitungan statistik dengan bantuan program *SPSS* Versi 23. Teknik analisis penelitian ini menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, koefisien determinasi, uji t dan uji F.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel religiusitas berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah. Pada variabel lingkungan sosial dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh lingkungan sosial terhadap minat menabung di bank syariah. Pada variabel iklan dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh iklan terhadap minat menabung di bank syariah. Religiusitas, lingkungan sosial dan iklan bersama- sama berpengaruh terhadap minat menabung di Bank Syariah.

**Kata kunci : Religiusitas (X1), Lingkungan Sosial (X2), Iklan (X3), Minat Menabung(Y)**

## KATA PENGANTAR



*Assalaamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Dengan menyebut asma Allah yang maha pengasih lagi maha penyayang. Segala jenis puji dan syukur senantiasa penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat melaksanakan penelitian ini dan menuangkannya dalam skripsi yang berjudul **“Pengaruh Religiusitas, Lingkungan Sosial dan Iklan Terhadap Minat Menabung (Studi Kasus: Masyarakat Kelurahan Wek V Siborang Kec. Padangsidempuan Selatan)”**. Shalawat serta salam semoga tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW beserta keluarga dan sahabat-sahabatnya.

Penulisan skripsi ini dimaksudkan untuk melengkapi persyaratan dan tugas-tugas dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada program studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan. Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari masih banyak kekurangan-kekurangan, baik dalam susunan kata, kalimat maupun sistematika pembahasannya. Hal ini disebabkan karena keterbatasan kemampuan dan pengalaman penulis, minimnya waktu yang tersedia dan kurangnya ilmu penulis, namun atas bantuan, bimbingan, dorongan, serta nasihat dari berbagai pihak sehingga skripsi ini dapat penulis selesaikan. Oleh karena itu kritik dan saran yang sifatnya membangun sangat penulis harapkan dan semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi penulis khususnya dan pembaca umumnya. Pada

kesempatan ini dengan setulus hati penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Ibrahim, MCL sebagai Rektor Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan, Bapak Dr. H.Muhammad Darwis Dasopang, M. Ag Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak Dr. Anhar, M. A Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum Perencanaan dan Keuangan dan Bapak Dr.Sumper Mulia Harahap, M.Ag Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
2. Bapak Dr. Darwis Harahap, M.Si. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E., M.Si. selaku wakil Dekan Bidang Akademik, Bapak Drs. Kamaluddin, M.Ag selaku wakil Dekan Bidang Administrasi Umum Perencanaan dan keuangan, dan Bapak Dr.H. Arbanur Rasyid, M.A selaku wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerja Sama Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) dan seluruh Civitas Akademika IAIN yang membekali peneliti berbagai pengetahuan dan motivasi sehingga mampu menyelesaikan penelitian ini.
3. Ibu Nofinawati, M.A selaku Ketua Prodi Perbankan Syariah. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan.
4. Ibu Windari., M.A selaku dosen pembimbing I dan Bapak Damri Batubara., M.A selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

5. Bapak H. Aswadi Lubis, S.E., M.Si, selaku Penasehat Akademik yang telah memberikan pengarahan, bimbingan, motivasi dan ilmu yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan perkuliahan dan skripsi ini.
6. Bapak serta Ibu Dosen IAIN Padangsidempuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan dan dorongan yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidempuan
7. Teristimewa kepada keluarga tercinta Ayahanda Parlindungan Lubis, Ibunda Maryam Batubara, dan kepada Saudara- Saudari peneliti Hamidah Lubis, Nurmadiyah Lubis, Achmad Rizky Ramadhan Lubis, yang tidak berhenti memberi doa dan dukungan kepada peneliti.
8. Terkhusus kepada rekan-rekan mahasiswa terlebih untuk mahasiswa angkatan 2016/PS-1 yang telah berjuang bersama-sama meraih gelar S.E dan semoga kita semua sukses dalam meraih cita- cita. Dan sahabat-sahabat peneliti yang ada di IAIN Padangsidempuan yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu selalu memberikan dukungan dan semangat sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi.

Semoga Allah SWT senantiasa memberikan balasan yang jauh lebih baik atas amal kebaikan yang telah diberikan kepada peneliti. Akhirnya peneliti mengucapkan rasa syukur yang tidak terhingga kepada Allah, karena atas karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Harapan peneliti semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca dan peneliti. Amin Yarabbal Alamin

Akhir kata, peneliti menyadari sepenuhnya bahwa apa yang peneliti paparkan dalam skripsi ini masih jauh dari apa yang diharapkan. Untuk itu

peneliti mengharapkan saran dan kritik yang konstruktif dari semua pihak demi penyempurnaan penelitian ini.

Padangsidempuan, 8 Desember 2020

Peneliti

**AMINAH LUBIS**

**NIM. 16 401 00003**

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

### A. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lain dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf Arab dan transliterasinya dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	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	ħa	ħ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	žal	ž	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	šad	š	Es(dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	De (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	ž	ž	Zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em

ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	..’..	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

## B. Vokal

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

1. Vokal Tunggal adalah vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
— /	fathah	A	A
— /	Kasrah	I	I
— و	ḍommah	U	U

2. Vokal Rangkap adalah vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf.

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan	Nama
.....ي	fathah dan ya	Ai	a dan i
و.....	fathah dan wau	Au	a dan u

3. Maddah adalah vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda.

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
.....ا.....	fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis atas
.....ى	Kasrah dan ya	ī	i dan garis dibawah
و.....	ḍommah dan wau	ū	u dan garis di atas

### **C. Ta Mar butah**

Transliterasi untuk *tamar butah* ada dua:

1. *Ta Marbutah* hidup yaitu *Ta Marbutah* yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dan dommah, transliterasinya adalah /t/.
2. *Ta Marbutah* mati yaitu *Ta Marbutah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah /h/.

Kalau pada suatu kata yang akhir katanya *Ta Marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka *Ta Marbutah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

### **D. Syaddah (Tasydid)**

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

### **E. Kata Sandang**

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ٱ . Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*.

1. Kata sandang yang diikuti huruf *syamsiah* adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung diikuti kata sandang itu.

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

#### **F. Hamzah**

Dinyatakan di depan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan di akhir kata. Bila hamzah itu diletakkan di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

#### **G. Penulisan Kata**

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il*, *isim*, maupun *huruf*, ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah perkata dan bisa pula dirangkaikan.

#### **H. Huruf Kapital**

Meskipun dalam sistem kata sandang yang diikuti huruf tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu dilalui oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

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

## **I. Tajwid**

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

Sumber: Tim Puslitbang Lektor Keagamaan. *Pedoman Transliterasi Arab-Latin, Cetakan Kelima*, Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektor Pendidikan Agama, 2003.

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b>	
<b>HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING</b>	
<b>SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING</b>	
<b>SURAT KETERANGAN PERSETUJUAN PUBLIKASI</b>	
<b>SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI</b>	
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ii</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN .....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
<b>A. Latar Belakang Masalah .....</b>	<b>1</b>
<b>B. Identifikasi Masalah .....</b>	<b>7</b>
<b>C. Batasan Masalah .....</b>	<b>8</b>
<b>D. Rumusan Masalah .....</b>	<b>8</b>
<b>E. Definisi Operasional Variabel.....</b>	<b>9</b>
<b>F. Tujuan Penelitian.....</b>	<b>10</b>
<b>G. Kegunaan Penelitian.....</b>	<b>11</b>
<b>H. Sistematika Pembahasan.....</b>	<b>11</b>
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
<b>A. Kerangka Teori</b>	
1. Pengertian Minat Menabung .....	13
a. Pengertian Minat .....	13
b. Faktor yang mempengaruhi minat.....	14
c. Aspek-Aspek Minat.....	15
d. Jenis-Jenis Minat .....	15
e. Minat Menabung Dalam Perspektif Islam.....	16
2. Bank Syariah .....	18
3. Religiusitas .....	22
4. Lingkungan Sosial.....	27
5. Iklan .....	30
<b>B. Penelitian Terdahulu .....</b>	<b>33</b>
<b>C. Kerangka Pikir.....</b>	<b>37</b>
<b>D. Hipotesis.....</b>	<b>37</b>
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
<b>A. Lokasi dan Waktu Penelitian.....</b>	<b>39</b>
<b>B. Jenis Penelitian.....</b>	<b>39</b>
<b>C. Populasi dan Sampel.....</b>	<b>39</b>
<b>D. Instrumen Pengumpulan Data.....</b>	<b>41</b>
<b>E. Analisis Data.....</b>	<b>43</b>
<b>F. Uji Hipotesis .....</b>	<b>49</b>
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN</b>	

<b>A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....</b>	<b>51</b>
1. Keadaan Geografi.....	51
2. Keadaan Demografi.....	51
<b>B. Gambaran Umum Responden .....</b>	<b>52</b>
<b>C. Hasil Analisis Data .....</b>	<b>54</b>
1. Uji Validitas .....	54
2. Uji Reabilitas.....	56
3. Uji Asumsi Klasik .....	57
a. Uji Normalitas .....	57
b. Uji Linieritas.....	57
4. Uji Multikolinearitas.....	60
5. Uji Heteroskedastisitas.....	61
6. Analisis Linear Berganda .....	61
7. Koefisien Determinasi.....	63
8. Uji Hipotesis.....	64
a. Uji T.....	64
b. Uji F.....	65
<b>D. Pembahasan Hasil Penelitian.....</b>	<b>66</b>
<b>E. Keterbatasan Penelitian .....</b>	<b>71</b>
<b>BAB V PENUTUP</b>	
<b>A. Kesimpulan .....</b>	<b>73</b>
<b>B. Saran .....</b>	<b>74</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b>	
<b>SURAT RISET</b>	
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel I.1	Definisi Operasional Variabel .....	9
Tabel II.1	Penelitian Terdahulu .....	33
Tabel III.1	Skor Penilaian Kuesioner.....	42
Tabel III.2	Kisi-Kisi Kuesioner Yang Mempengaruhi Minat.....	42
Tabel IV.1	Keadaan Demografi .....	52
Tabel IV.2	Gambaran Umum Responden.....	53
Tabel IV.7	Hasil Uji Validitas Religiusitas.....	54
Tabel IV.8	Hasil Uji Validitas Lingkungan Sosial .....	55
Tabel IV.9	Hasil Uji Validitas Iklan .....	55
Tabel IV.6	Hasil Uji Validitas Minat.....	54
Tabel IV.10	Hasil Uji Reliabilitas.....	57
Tabel IV.11	Hasil Uji Normalitas .....	58
Tabel IV.12	Hasil Uji Linearitas.....	58
Tabel IV.15	Hasil Uji Multikolinearitas .....	60
Tabel IV.16	Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	61
Tabel IV.17	Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	63
Tabel IV.18	Hasil Uji Parsial (Uji t).....	64
Tabel IV.19	Hasil Uji F.....	65

## DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1	Kerangka Pikir .....	37
Gambar IV.2	Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	61

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Di zaman modern yang berefek pada Majunya teknologi pada semua belahan dunia, sebagian dari masyarakat kebanyakan tidak mau ketinggalan untuk mengikuti perkembangan teknologi termasuk dunia perbankan. Masyarakat sering menggunakan jasa perbankan untuk menabung, bertransaksi membeli barang- barang yang mereka inginkan secara online atau sering menggunakan atm sebagai alat transaksi.

Keberadaan perbankan syariah yang hadir ditengah- tengah masyarakat adalah salah satu bentuk solusi terutama bagi ummat muslim yang ingin menjalani kehidupan yang lebih baik yang sesuai dengan syariat Islam menjahui segala larangan dan menjalankan segala perintahnya. Kehidupan seorang muslim yang dapat dimulai dengan beribadah kepadanya, bermuamalah dengan baik terhadap sesama dan memanejemenkan keuangan dengan baik. Pengertian Bank Syariah itu sendiri merupakan bank yang melaksanakan kegiatannya berdasarkan prinsip- prinsip Islam yaitu al- Qur'an dan hadis. Bank Syariah menggunakan sistem bagi hasil atau tidak menggunakan bunga bank dalam kegiatan operasionalnya. Dalam prinsip Islam bunga bank itu hukumnya haram karena mengandung riba. Secara istilah riba adalah pengambilan tambahan dari harta pokok atau modal secara batil. Meskipun demikian ternyata persepsi dan sikap masyarakat terhadap bunga bank dan sistem bagi hasil sangat beragam. Sebagian masyarakat menerima

kosep bunga bank, sebagian menerima sistem bagi hasil namun masih menerima konsep bunga bank, dan sebagian lainnya dengan ketat menolak bunga bank.

Masyarakat Lingkungan II dan Lingkungan III kelurahan Wek V Siborang kec. Padangsidempuan Selatan dengan jumlah penduduk sebanyak 1360 jiwa penduduk dan yang beragama Islam sebanyak 1232 jiwa penduduk. Rata- rata masyarakat di daerah ini mayoritas muslim dan berpenghasilan dari Wiraswasta, Pertanian dan PNS.

Dari hasil penelitian angket pra riset yang peneliti sebarakan sebanyak 93 sampel dari 1359 populasi, yang menabung di Bank Syariah hanya 19 orang, menabung di bank konvensional 32 orang, ada juga yang menabung di tempat yang bukan di lembaga keuangan 16 orang atau sering disebut arisan dan sisanya tidak mempunyai tabungan sebanyak 26 orang. Dari hasil penelitian tersebut menjelaskan bahwa masyarakat yang menabung di Bank Syariah masih relatif sedikit. Masyarakat Kelurahan Wek V Siborang Kec. Padangsimpunan Selatan merupakan mayoritas muslim, mudah mendapatkan informasi, brosur, spanduk, promosi dari Bank Syariah dikarenakan dekat dengan lokasi, dan memiliki potensi dalam menggunakan Bank Syariah. Namun pada kenyataanya hanya sedikit masyarakat yang menggunakan Bank Syariah.

Menurut Philip Kotler menyatakan bahwa ada banyak faktor yang mempengaruhi timbulnya minat terhadap sesuatu, dimana garis besar dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu bersumber dari individu yang bersangkutan

dan berasal dari luar yakni lingkungan keluarga, lingkungan sekolah dan lingkungan masyarakat, sedangkan faktor secara umum adalah faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, faktor promosi dan psikologi.<sup>1</sup>

Faktor-faktor yang mempengaruhi minat berhubungan dengan perasaan dan emosi, bila seseorang merasa senang dan puas dalam membeli barang atau jasa maka hal itu akan memperkuat minat membeli, ketidakpuasan biasanya akan menghilangkan minat, atau dapat dinyatakan bahwa minat mengandung unsur- unsur kognisi (menenal), emosi (perasaan), dan konasi (kehendak). Pada akhirnya minat menabung akan berujung pada keputusan membeli jasa atau menjadi nasabah. Indikator minat menabung nasabah pada bank adalah memutuskan untuk menabung di bank karena membaca iklan yang ada, memutuskan menabung di bank karena saran atau ajakan dari keluarga, teman-teman dan saudara, mengetahui produk simpanan yang terdapat pada bank dan tertarik menabung di bank karena lebih aman.<sup>2</sup>

Munculnya Bank Syariah adalah karena dorongan yang kuat dari keyakinan agama yang baik secara tekstual maupun historis, dimana agama diyakini membahas kehidupan dan persoalan pengelolaan kedunian termasuk pengelolaan bank dan bagaimana bertransaksi, maka religiusitas seharusnya memiliki peran yang besar terhadap mempengaruhi masyarakat dalam menabung di Bank Syariah.

---

<sup>1</sup>Philip Kotler, dan Gary Armstrong *Prinsip- Prinsip Pemasaran*, Alih Bahasa: Bob. Sabran (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2008), hlm. 159

<sup>2</sup>Amalia Ulfa Siregar, "Pengaruh Pengetahuan dan Iklan Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah" (Skripsi, IAIN Padangsidempuan, 2019), hlm. 4.

Religiusitas adalah pengabdian terhadap agama. Di dalam buku M. Nur Ghufroon dan Rini Risnawati dalam buku yang berjudul teori-teori psikologi menyimpulkan bahwa religiusitas menunjuk pada tingkat ketertarikan individu terhadap agamanya. Hal ini menunjukkan bahwa individu telah menghayati dan menginternalisasikan ajaran agamanya sehingga berpengaruh dalam segala tindakan dan pandangan hidupnya.<sup>3</sup>

Dalam sebuah penelitian yang dilakukan oleh Mufti Arsyidian dimana meneliti pengaruh persepsi dan tingkat religiusitas dan *disposable income* terhadap minat menabung di perbankan syariah (studi kasus: masyarakat Kecamatan Tulis). Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara religiusitas masyarakat terhadap minat menabung di Bank Syariah. Tingkat Religiusitas masyarakat Kecamatan Tulis yang tinggi akan mendorong mereka untuk memilih perbankan syariah dalam setiap kegiatannya. Religiusitas masyarakat Kecamatan Tulis yang semakin besar akan mempengaruhi minat menabung di perbankan syariah lebih besar juga. Kepercayaan terhadap agama menjadi motivator terpenting untuk mendorong penggunaan jasa Bank Syariah.<sup>4</sup> Sedangkan hasil penelitian dari Sayyidatul Maqhfiroh menunjukkan bahwa religiusitas tidak berpengaruh terhadap minat menabung di Bank Syariah dengan nilai signifikansi sebesar  $0,279 > 0,05$ .

Menurut Hamalik Lingkungan Sosial merupakan segala sesuatu yang ada di alam sekitar yang memiliki makna atau pengaruh tertentu kepada

---

<sup>3</sup> M. Nur Ghufroon dan Rini Risnawita S, *Teori- Teori Psikologi* (Jogjakarta: Ar-Ruzz Media, 2014), hlm.168.

<sup>4</sup> Mufti Arsyidian, “Pengaruh Presepsi, Tingkat *Religiusitas* dan *Disposable Income* Terhadap Minat Menabung Pada Masyarakat Kecamatan Tulis” (Skripsi, UIN Walisongo, 2019), hlm. 117.

individu. Lingkungan sosial sebagai dasar pengajaran adalah faktor kondisional yang mempengaruhi tingkah laku individu dan merupakan faktor yang penting.<sup>5</sup> Menurut Peter dan Olson didalam buku Vinna Sri Yuniarti yang berjudul perilaku konsumen teori dan praktik, menjelaskan bahwa interaksi sosial langsung ini dapat memiliki pengaruh yang kuat pada pengetahuan dan perasaan konsumen tentang produk, toko, atau iklan, dan pada perilaku pengonsumsiannya mereka<sup>6</sup>. Lingkungan sosial secara langsung seperti dalam pergaulan sehari-hari dengan orang lain, dengan keluarga, teman-teman, kawan sekolah, sepekerjaan dan sebagainya.

Dalam sebuah penelitian yang dilakukan oleh Sayyidatul Maghfiroh meneliti dengan judul Pengaruh religiusitas, Pendapatan, dan Lingkungan Sosial, Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel lingkungan sosial berpengaruh terhadap minat menabung di Bank Syariah dengan nilai signifikansi  $0.0001 < 0.05$ .<sup>7</sup> Sedangkan hasil penelitian dari Rif'at Maulidi menunjukkan bahwa lingkungan Sosial berpengaruh negatif dan tidak signifikan.<sup>8</sup>

Iklan juga menjadi salah satu faktor yang mendorong minat beli suatu produk. Iklan adalah salah satu komunikasi pemasaran yang dipergunakan untuk mengenalkan produk ke pasar sasaran dan juga bisa menjadi pembeda

---

<sup>5</sup> Sayyidatul Maghfiroh, "Pengaruh Religiusitas, Pendapatan, dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Pada Santri Pesantren Mahasiswa Darush Shalihah" (Skripsi, Universitas Negeri Yogyakarta, 2018), hlm. 84.

<sup>6</sup> Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku konsumen Teori dan praktik* (Bandung: Pustaka Setia, 2015), hlm. 205.

<sup>7</sup> *Ibid.*, hlm. 84.

<sup>8</sup> Rif'at Maulidi, "Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Menggunakan Bank Syariah" (Skripsi, IAIN Salatiga, 2018), hlm 73.

dengan pesaing. Iklan itu memotivasi konsumen untuk mempertimbangkan pembelian merek dan menciptakan asosiasi merek yang kuat dengan semua pengaruh komunikasi yang tersimpan sehingga dapat memberi pengaruh ketika konsumen mempertimbangkan untuk melakukan pembelian. Menurut Basu Swastha, di dalam bukunya yang berjudul *Manajemen Pemasaran Modern* salah satu fungsi iklan yaitu Membujuk dan Mepengaruhi, Periklanan tidak hanya bersifat memberitahu saja tetapi juga bersifat membujuk terutama kepada pembeli- pembeli potensial, dengan menyatakan suatu produk adalah lebih baik dari pada produk lainnya.

Dalam sebuah penelitian yang dilakukan oleh Indra Siswanti dimana meneliti “Pengaruh Pengetahuan, Agama, Iklan/ Informasi dan Pengalaman Mahasiswa PAI STAIN Salatiga Tentang Sistem Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah” hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara iklan terhadap minat menabung. Arah koefisien regresi bertanda positif, hal ini berarti bahwa peningkatan nilai-nilai iklan/ informasi akan meningkatkan minat menabung. Artinya semakin tinggi nilai-nilai iklan/ informasi yang dimiliki bank syariah maka minat menabung semakin besar. Sedangkan hasil dari penelitian.<sup>9</sup> Sedangkan hasil penelitian dari Amalia Ulfa Siregar menyatakan bahwa variabel iklan tidak berpengaruh secara parsial terhadap minat menabung di bank bank syariah.<sup>10</sup>

---

<sup>9</sup> Indra Siswanti, “Pengaruh Pengetahuan, Agama, Iklan dan Pengalaman Mahasiswa PAI STAIN Salatiga Tentang Sitem Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah”, (Sripsi, STAIN Salatiga, 2015) hlm. 89.

<sup>10</sup>Amalia Ulfa Siregar, *Op. Cit.*, hlm. 70

Berdasarkan latar belakang masalah penulis tertarik untuk meneliti seberapa besar pengaruh religiusitas, lingkungan sosial, dan iklan terhadap minat menabung di bank syariah, sehingga dibuat judul penelitian ini yaitu **PENGARUH RELIGIUSITAS, LINGKUNGAN SOSIAL, DAN IKLAN TERHADAP MINAT MENABUNG DI BANK SYARIAH. (Studi Kasus: Masyarakat Kelurahan Wek V Siborang Kec. Padangsidempuan Selatan).**

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas dapat disimpulkan identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Masyarakat Kelurahan Wek V Siborang Kec. Padangsidempuan Selatan mayoritas muslim namun belum sepenuhnya menggunakan Bank Syariah
2. Bank syariah dekat dengan lokasi namun Masyarakat Kelurahan Wek V Siborang Kec. Padangsidempuan Selatan lebih banyak yang menabung ke Bank Konvensional.
3. Masyarakat Kelurahan Wek V Siborang Kec. Padangsidempuan Selatan Sudah lama menggunakan Bank Konvensional dan beranggapan bahwa Bank Syariah dan Konvensional sama saja
4. Masyarakat Kelurahan Wek V Pasar Siborang Kec. Padangsidempuan Selatan mudah mendapatkan informasi, brosur, spanduk, promosi dari bank syariah namun belum berminat menjadi nasabah Bank Syariah.

### **C. Batasan Masalah**

Dalam penelitian ini peneliti hanya fokus menganalisis :

1. Peneliti hanya meneliti Masyarakat Lingkungan II dan Lingkungan III Kelurahan Wek V Siborang Kec. Padangsidimpuan.
2. Pengaruh Religiusitas, Lingkungan Sosial, dan Iklan terhadap minat menabung di Bank Syariah.

Alasan peneliti membatasi masalah agar dapat mengungkapkan masalahnya secara cepat, cermat, tuntas dan mendalam.

### **D. Rumusan Masalah**

Adapun rumusan masalah yang dikaji dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah terdapat pengaruh Religiusitas terhadap minat masyarakat Kelurahan Wek V Siborang Kec. Padangsidimpuan Selatan menabung di Bank Syariah?
2. Apakah terdapat pengaruh Lingkungan Sosial terhadap minat masyarakat Kelurahan Wek V Siborang Kec. Padangsidimpuan Selatan menabung di Bank Syariah?
3. Apakah terdapat pengaruh Iklan terhadap minat masyarakat Kelurahan Wek V Siborang Kec. Padangsidimpuan Selatan menabung di Bank Syariah?
4. Apakah terdapat pengaruh Religiusitas, Lingkungan Sosial, dan Iklan terhadap minat masyarakat Kelurahan Wek V Siborang Kec. Padangsidimpuan Selatan menabung di Bank Syariah secara simultan?

## E. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional adalah bagian yang mendefinisikan sebuah konsep atau variable agar dapat diukur, dengan cara melihat dimensi atau indikator dari suatu konsep atau variabel.

Dalam kegiatan penelitian dapat dikatakan bahwa variabel merupakan objek penelitian atau apa yang menjadi titik perhatian dalam suatu penelitian atau apa yang menjadi titik perhatian dalam suatu penelitian. Dalam penelitian ini dua variabel yang digunakan yaitu satu variabel bebas (*independent variable*) X dan suatu variabel terikat (*dependent variable*) Y. dan masing- masing variabel tersebut dapat diukur dengan faktor- faktor yang mempengaruhi yang dituangkan dalam sebuah kuesioner, sehingga lebih terarah dan sesuai dengan metode yang digunakan.

**Tabel 1.1**  
**Definisi Operasional Variabel**

No	Jenis Variabel	Definisi Variabel	Indikator Variabel	Skala Pengukuran
1	Minat menabung di Bank Syariah (Y)	Minat merupakan suatu rasa suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh. minat beli merupakan suatu proses keputusan yang dilakukan oleh konsumen. <sup>11</sup>	a. Dorongan dari dalam diri individu b. Motif sosial c. Faktor emosional	Ordinal
2	Religiusitas (X <sub>1</sub> )	Religiusitas yaitu menunjuk pada tingkat keterikatan individu terhadap agamanya. <sup>12</sup>	a. Keyakinan b. pengalaman c. pengetahuan agama	Ordinal

<sup>11</sup> Djaali, *Psikologi Pendidikan* ( Jakarta: Bumi Aksara, 2017), hlm. 121

<sup>12</sup> M. Nur Ghufro dan Rini Risnawita S, *Teori- Teori Psikologi* (Jogjakarta: Ar-Ruzz Media, 2014), hlm.170

			d. praktik agama e. konsekuensi	
3	Lingkungan sosial(X <sub>2</sub> )	Lingkungan sosial adalah semua orang atau manusia lain yang mempengaruhi kita. <sup>13</sup>	a. Lingkungan keluarga b. lingkungan pekerjaan c. lingkungan masyarakat	Ordinal
4	Iklan (X <sub>3</sub> )	Merupakan suatu pesan yang menawarkan suatu produk yang ditunjukkan kepada masyarakat. Iklan juga merupakan sarana promosi yang digunakan oleh perusahaan tujuannya untuk menarik dan mempengaruhi pembeli <sup>14</sup>	a. Dapat menimbulkan perhatian b. Menarik c. Dapat menimbulkan keinginan d. Menghasilkan suatu tindakan	Ordinal

## F. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah, maka tujuan penelitian ini adalah

1. Untuk mengetahui pengaruh Religiusitas terhadap minat masyarakat Kelurahan Wek V Siborang Kec. Padangsidimpuan Selatan menabung di Bank Syariah
2. Untuk mengetahui pengaruh Lingkungan Sosial terhadap minat masyarakat Kelurahan Wek V Siborang Kec. Padangsidimpuan Selatan menabung di Bank Syariah
3. Untuk mengetahui pengaruh Iklan terhadap minat masyarakat Kelurahan Wek V Siborang Kec. Padangsidimpuan Selatan menabung di Bank Syariah

<sup>13</sup> M. Dalyono, *Psikologi Pendidikan*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2012), hlm. 133- 134.

<sup>14</sup> M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar- Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfbeta, 2012) hlm. 173

4. Untuk mengetahui Religiusitas, Lingkungan Sosial, dan Iklan berpengaruh secara simultan terhadap minat masyarakat Kelurahan Wek V Siborang Kec. Padangsidempuan Selatan menabung di Bank Syariah.

### **G. Kegunaan Penelitian.**

#### 1. Bagi Peneliti

Sebagai sarana penambah pengetahuan serta dapat juga menjadi media aplikasi teori-teori yang diperoleh semasa diperkuliahan. Manfaat lain yang peneliti dapatkan adalah mengetahui teori tentang pengaruh agama, lingkungan sosial terhadap minat menjadi nasabah. Istilah pepatah mengatakan “Sekali merengkuh dayung, dua tiga pulau terlampaui”. Hal ini dibuktikan dengan selain ilmu peneliti bertambah mengenai variabel penelitian, keuntungan lainnya adalah kewajiban dalam menyelesaikan pendidikan sarjana juga akan selesai.

#### 2. Bagi Institusi

Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi pihak IAIN pada umumnya sebagai pengembangan keilmuan, khususnya di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Penelitian ini juga diharapkan menjadi referensi tambahan bagi penelitian berikutnya, yang membahas hal yang sama dengan judul penelitian ini.

#### 3. Bagi Lembaga Keuangan

Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi lembaga keuangan khususnya bank syariah sebagai sumber referensi dan informasi bagaimana membuat strategi pemasaran yang baik kedepannya.

#### 4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Sebagai bahan informasi atau referensi bagi peneliti selanjutnya yang berminat untuk melakukan penelitian yang sama atau kearah yang lebih luas

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Kerangka Teori**

##### **1. Minat Menabung**

###### **a. Pengertian Minat**

Minat adalah rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh. Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu diluar diri. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut, semakin besar minatnya. Crow and Crow mengatakan bahwa minat berhubungan dengan gaya gerak yang mendorong seseorang untuk menghadapi atau berurusan dengan orang, benda, kegiatan itu sendiri.<sup>1</sup>

Secara umum pengertian minat adalah keinginan, kehendak, dan kesukaan seseorang. Sedangkan untuk mengetahui apakah bank dapat menarik minat seseorang terhadap suatu produk baik barang maupun jasa, maka terlebih dahulu bank harus mengadakan penentuan pasar supaya apa yang diinginkan oleh nasabah sesuai dengan apa yang apa yang diberikan oleh bank. Sedangkan apa yang diinginkan oleh nasabah serta apa yang mereka butuhkan seringkali yang ada malah sangat berbeda pemahaman serta kewaspadaan akan perbedaan tersebut penting jika dikaitkan dengan penentuan pasar. Diharapkan dengan demikian bank menjadi lebih tahu atas apa yang diharapkan oleh nasabah sehingga bank

---

<sup>1</sup> Djaali, *Psikologi Pendidikan* ( Jakarta: Bumi Aksara, 2017), hlm. 121

dapat menerapkan kepada produk mereka yang bergerak dibidang jasa, karena jasa harus menciptakan pelayan penuh yang dapat memuaskan nasabah, sehingga dengan demikian nasabah memiliki minat yaitu kemauan ataupun keinginan untuk menjadi nasabah.<sup>2</sup>

#### **b. Faktor-Faktor yang mempengaruhi minat**

crow dan crow berpendapat ada tiga faktor yang menjadi timbulnya minat, yaitu:

- 1) Dorongan atau keinginan dari dalam diri individu, misal dorongan rasa ingin tahu. Dorongan rasa ingin tahu akan membangkitkan minat untuk membaca, belajar, menuntut ilmu, melakukan penelitian dan lain- lain dengan tujuan menambah pengetahuan yang akan menimbulkan minat tertentu
- 2) Motif sosial, dapat menjadi faktor yang membangkitkan minat untuk melakukan suatu aktivitas tertentu. Misalnya minat terhadap pakaian timbul karena ingin mendapat persetujuan atau penerimaan dan perhatian orang lain.
- 3) Faktor emosional, minat mempunyai hubungan yang erat dengan emosi. bila seseorang mendapatkan kesuksesan pada aktivitas akan menimbulkan aktivitas tersebut, sebaliknya suatu kegagalan akan menghilangkan minat terhadap hal tersebut.

---

<sup>2</sup>Budi Gautama Siregar, "Pengaruh Promosi dan Lokasi Usaha Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Produk Giro Wadi'ah di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan". Dalam *Jurnal Tazkir : Penelitian Ilmu- Ilmu Sosial dan Keislaman*, Volume 02. No.2, 2016.hlm. 25.

### c. Aspek-Aspek Minat

Adapun aspek-aspek minat yaitu:

- 1) perhatian,
- 2) ketertarikan,
- 3) keinginan dan
- 4) keyakinan.

### d. Jenis-Jenis Minat

Para ahli psikologi membedakan dua jenis minat, yaitu:

#### 1) Minat Situasional

Minat situasional dipicu oleh sesuatu di lingkungan sekitar, hal-hal yang baru, berbeda, tak terduga, atau secara khusus sering menghasilkan minat situasional, demikian pula hal-hal yang melibatkan tingkat aktivitas yang tinggi atau emosi yang kuat.<sup>3</sup>

#### 2) Minat Pribadi

Minat pribadi adalah minat yang bersifat jangka panjang dan relatif stabil pada suatu topik atau aktivitas. Seringkali minat pribadi dan pekerjaan saling menguatkan.

Minat memiliki sifat dan karakter khusus sebagai berikut.

- a. Minat bersifat pribadi, ada perbedaan antara minat seseorang dan orang lain.
- b. Minat menimbulkan efek diskriminatif.
- c. Erat hubungannya dengan motivasi, mempengaruhi, dan dipengaruhi motivasi

---

<sup>3</sup>Jeann Ellis omrod, *Psikologis Pendidikan membantu membantu siswa tumbuh dan berkembang diterjemahkan dari "Educational Pschologi Developing Leamers"* oleh Amirya kumara (Jakarta: Erlangga,2009), hlm. 102.

d. Minat merupakan sesuatu yang dipelajari, bukan bawaan lahir dan dapat berubah tergantung pada kebutuhan, pengalaman dan mode.<sup>4</sup>

**e. Minat Menabung dalam Perspektif Islam**

Seorang calon nasabah akan berminat ke bank syariah ketika ada produk atau sistem di dalam bank syariah yang dirasakan menguntungkan dirinya. Minat mempunyai hubungan yang cukup erat dengan dorongan dalam diri suatu individu kemudian menimbulkan keinginan untuk berpartisipasi dan terlibat pada sesuatu yang diminatinya. Seseorang yang berminat dalam suatu objek maka cenderung merasa senang bila berkecimpung didalamnya. Perhatian yang diberikan tersebut dapat diwujudkan dengan cara rasa ingin tahu dengan mempelajari objek tersebut

Pandangan dan syariat Islam mengajarkan akan pentingnya menabung. Dengan menabung, artinya kita tidak terbawa hawa nafsu untuk memenuhi kepuasan sekarang atau jangka pendek, melainkan mengendalikan keinginan kita untuk dapat memenuhi kebutuhan masa yang akan datang yang jauh lebih penting.<sup>5</sup> Menabung adalah menyalahgunakan harta kita untuk mempersiapkan suatu pengeluaran penting pada masa yang akan datang, sehingga pada saatnya tiba telah tersedia dana yang memadai. Dalam Al-Qur'an terdapat ayat yang secara tidak langsung telah

---

<sup>4</sup>Rodame Monitorir Napitupulu. 2018. "Pengaruh Usability, Information dan Service Interaction Terhadap Minat Beli pada Pasar Virtual." *jurnal Iqtisaduna* Volume 4 No. 2, hlm.145..

<sup>5</sup>Sisca Damayanti, "Pengaruh Pandangan Islam, pelayanan, Dan keamanan terhadap Minat Nasabah Menabung diBank Syariah Mandiri Cabang x," dalam *Jurnal Manajemen dan pemasaran Jasa*, Volume 9, No 1, 2016, hlm. 19

memerintahkan kaum muslimin untuk mempersiapkan hari esok secara lebih baik. Firman Allah dalam surah Annisa ayat 9 yang berbunyi

وَلِيَخْشَ الَّذِينَ لَوْ تَرَكُوا مِنْ خَلْفِهِمْ ذُرِّيَّةً ضِعْفًا

خَافُوا عَلَيْهِمْ فَلْيَتَّقُوا اللَّهَ وَلْيَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا ﴿٩﴾

Artinya: Dan hendaklah takut kepada Allah orang-orang yang seandainya meninggalkan dibelakang mereka anak-anak yang lemah, yang mereka khawatir terhadap (kesejahteraan) mereka. oleh sebab itu hendaklah mereka bertakwa kepada Allah dan hendaklah mereka mengucapkan Perkataan yang benar.<sup>6</sup>

Dan hendaklah orang- orang yang memberi aneka nasihat kepada pemilik harta agar membagikan hartanya kepada orang lain sehingga anak-anaknya terbengkalai, hendaklah mereka membayangkan seandainya mereka akan meninggalkan di belakang mereka, yakni setelah kematian mereka, anak- anak yang lemah karena masih kecil atau tidak memiliki harta, yang mereka khawatir terhadap kesejahteraan atau penganiayaan atas mereka, yakni anak- anak lemah itu. Karena itu hendaklah mereka takut kepada Allah atau keadaan anak- anak mereka dimasa depan.<sup>7</sup>

Ayat tersebut memerintahkan kita untuk siap-siap dan mengantisipasi masa depan keturunan, baik secara rohani (iman Dan taqwa) maupun secara ekonomi harus dipikirkan langkah- langkah perencanaannya. salah satu langkah perencanaan adalah dengan menabung.

<sup>6</sup> Depertemen Agama RI, Al-qur'an dan Terjemahan (Jakarta: Pustaka Jaya Ilmu, 2014), hlm. 78

<sup>7</sup> M. Quraish Shihab, *Tafsir Al Mishbah* ( Jakarta: Lentera Hati, 2012), hlm. 425

## 2. Bank Syariah

### a. Pengertian Bank Syariah

Bank syariah merupakan lembaga keuangan yang berfungsi memperlancar mekanisme ekonomi di *sector riil* melalui aktivitas kegiatan usaha (investasi, jual beli, atau lainnya) berdasarkan prinsip syariah, yaitu aturan perjanjian berdasarkan hukum islam antara bank dan pihak lain untuk penyimpanan dana dan pembiayaan kegiatan usaha, atau kegiatan lainnya yang dinyatakan sesuai dengan nilai-nilai syariah yang bersifat makro maupun mikro.<sup>8</sup> Nilai-nilai makro yang dimaksud adalah keadilan, maslaha, sistem zakat, bebas dari bunga (riba), bebas dari kegiatan spekulatif yang non produktif seperti perjudian atau (maysir), bebas dari hal-hal yang tidak jelas dan meragukan (gharar), bebas dari hal-hal yang rusak tidak sah (bathil), dan penggunaan uang sebagai alat tukar sementara nilai-nilai mikro yang harus dimiliki oleh pelaku perbankan syariah adalah sifat-sifat mulia yang dicontohkan oleh Rasulullah Saw. Yaitu *shiddiq, amanah, tabligh, dan fathonah*.

Selain itu dimensi keberhasilan bank syariah meliputi keberhasilan dunia dan akhirat (*Long term oriented*) yang sangat memperhatikan keberhasilan sumber, kebenaran proses, dan kemanfaatan hasil.

---

<sup>6</sup> Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah* (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), hlm. 30.

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

Pada dasarnya produk yang ditawarkan oleh perbankan syariah dapat dibagi menjadi tiga bagian besar, yaitu produk penyaluran dana (*Financing*), penghimpun dana (*funding*), produk jasa (*service*).<sup>9</sup>

### 1) Penyaluran Dana

Dalam menyalurkan dananya pada nasabah, secara garis besar produk pembiayaan bank syariah terbagi dalam empat kategori yang dibedakan berdasarkan tujuan penggunaannya, yaitu:

#### a) Pembiayaan dalam prinsip jual beli

Prinsip jual beli dilaksanakan sehubungan dengan adanya perpindahan kepemilikan barang atau benda. Tingkat keuntungan bank ditentukan didepan dan menjadi bagian harga atas barang yang dijual.

Transaksi jual beli dapat dibedakan berdasarkan bentuk pembayarannya waktu penyerahan barangnya, yakni sebagai berikut:

#### (1) Pembiayaan *Murābahah*

Pembiayaan *Murābahah* transaksi jual beli dimana bank menyebutkan jumlah keuntungannya. Bank bertindak sebagai penjual sedangkan nasabah sebagai pembeli. Harga jual adalah harga beli bank dari pemasok ditambah keuntungan margin.

---

<sup>9</sup> Adiwarman A. Karim, *Bank Islam* (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2004), hlm. 97.

Dalam transaksi ini barang diserahkan segera setelah akad sementara pembayaran dilakukan secara tangguh atau cicilan.

(2) Pembiayaan *Salam*

Salam adalah transaksi jual beli dimana barang yang diperjualbelikan belum ada. Oleh karena itu, barang diserahkan secara tangguh sementara pembayaran dilakukan tunai.

(3) pembiayaan *Istishna'*

produk *Istishna'* menyerupai Salam, tapi dalam *Istishna''* pembayarannya bisa diawal, ditengah dan diakhir

b) Pembiayaan dalam prinsip sewa

Prinsip sewa (*Ijarah*) transaksi dilandasi adanya peindahan manfaat. Jadi pada dasarnya prinsip *Ijarah* sama saja dengan prinsip jual beli, tapi perbedaannya terletak pada objek transaksinya. Bila pada jual beli objek transaksinya adalah barang, pada *Ijarah* objek transaksinya adalah jasa.

Pada akhir masa sewa, bank dapat saja menjual barang yang disewakannya kepada nasabah. Karena itu dalam perbankan Syariah Sewa yang diikuti perpindahannya kepemilikan)

c) Pembiayaan dengan prinsip bagi hasil

(1) Pembiayaan *Musyārahah*

Transaksi *Musyārahah* dilandasi adanya keinginan para pihak yang bekerja sama untuk meningkatkan nilai asset yang mereka miliki bersama-sama. Dengan kata lain pembiayaan

*Musyārahah* merupakan penyaluran dana dengan akad kerjasama antara dua belah pihak atau lebih untuk suatu usaha tertentu dimana masing-masing pihak memberikan kontribusi dana dengan kesepakatan bahwa keuntungan dan resiko akan ditanggung bersama sesuai dengan kesepakatan.

## (2) Pembiayaan *Muḍārabah*

Pembiayaan *Muḍārabah* adalah penyaluran dana dengan akad kerjasama usaha antara dua pihak dimana pihak pertama adalah Bank Syariah sebagai pemilik modal dan menyediakan seluruh (100%) modal, sedangkan pihak lainnya adalah nasabah pembiayaan yang akan jadi pengelola usaha yang akan dijalankan oleh kedua belah pihak. Keuntungan secara *Muḍārabah* dibagi menurut kesepakatan yang dituangkan dalam kontrak, sedangkan apabila rugi ditanggung oleh pemilik modal selama kerugian itu bukan akibat kelalaian si pengelola. Seandainya kerugian ini diakibatkan si pengelola, si pengelola harus bertanggung jawab atas kerugian tersebut.

## 2) Produk pengumpulan dana

Penghimpunan dana di bank syariah dapat berbentuk giro, tabungan, dan deposito. Prinsip operasional syariah yang diterapkan dalam penghimpunan dana masyarakat adalah prinsip *Wadi'ah* dan *Muḍārabah*.

### 3) Jasa Perbankan

#### a) Jasa Produk

Jasa yang ditawarkan oleh perbankan syariah Indonesia cukup banyak dan bervariasi untuk memenuhi kebutuhan usaha, maupun pribadi, baik untuk urusan luar negeri. Contoh Produk jasa seperti kartu ATM, kartu talangan, sms banking, pembayaran tagihan, jual beli valuta asing, dan garansi dan lain-lain

#### b) Jasa Operasional

Jasa Operasional yang ditawarkan bank syariah Indonesia tidak berbeda dengan jasa produk yang ditawarkan oleh bank konvensional, tetapi dengan menggunakan akad syariah, sebagian besar menggunakan akad wakalah. Contoh produknya seperti setoran kliring, Inkaso, Transfer, RTGS, pajak impor dan lain-lain.

#### c) Jasa Investasi

Jasa Investasi merupakan bentuk pelayanan yang khas yang ditawarkan bank syariah. Jasa investasi yang ditawarkan oleh perbankan syariah Indonesia baru ada dua, yaitu investasi khusus dan reksadana. Akad yang digunakan adalah *Muḍārabah*.

## 3. Religiusitas

### 1) Pengertian Religiusitas

Adapun kata religi berasal dari bahasa latin. Menurut Harun Nasution mengatakan, bahwa asal kata religi adalah *relegere* yang

mengandung arti mengumpulkan dan membaca. Pengertian demikian itu juga sejalan dengan isi agama yang mengandung kumpulan cara-cara mengabdikan kepada Tuhan yang terkumpul dalam kitab suci yang harus dibaca. Tetapi menurut pendapat lain, kata itu berasal dari kata religare yang berarti mengikat. Ajaran-ajaran agama memang mempunyai sifat mengikat bagi manusia. Dalam agama selanjutnya terdapat pula ikatan antara roh manusia dengan Tuhan, dan agama lebih lanjut lagi memang mengikat manusia dengan Tuhan.

Dari definisi tersebut Harun Nasution menyimpulkan bahwa intisari yang terkandung dalam istilah-istilah di atas ialah ikatan. Agama memang mengandung arti ikatan yang harus dipatuhi manusia. Ikatan ini mempunyai pengaruh besar sekali terhadap kehidupan sehari-hari. Ikatan itu berasal dari suatu kekuatan yang lebih tinggi dari manusia. Satu kekuatan gaib yang tak dapat ditangkap oleh pancaindera.<sup>10</sup>

Anshori membedakan antara istilah religi atau agama dengan religiusitas. Jika agama menunjukkan aspek-aspek formal yang berkaitan dengan aturan dan kewajiban, maka religiusitas menunjuk pada aspek religi yang telah dihayati oleh seseorang dalam hati.<sup>11</sup>

Hurlock mengatakan bahwa religi terdiri dari dua unsur, yaitu unsur keyakinan terhadap agama dan unsur pelaksanaan ajaran agama. Di dalam buku M. Nur Ghufron dan Rini Risnawati menyimpulkan bahwa religiusitas menunjuk pada tingkat ketertarikan individu terhadap

---

<sup>10</sup> Abudin Nata, *Metodologi Studi Islam* (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), hlm.10

<sup>11</sup> M. Nur Ghufron dan Rini Risnawati S, *Teori- Teori Psikologi* (Jogjakarta: Ar-Ruzz Media, 2014), hlm.168

agamanya. Hal ini menunjukkan bahwa individu telah menghayati dan menginternalisasikan ajaran agamanya sehingga berpengaruh dalam segala tindakan dan pandangan hidupnya.<sup>12</sup>

Religiusitas menurut islam adalah menjalankan ajaran agama secara menyeluruh. Allah berfirman didalam al-Qur'an surah al-baqarah ayat 208:

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَدْخُلُوا فِي السِّلْمِ كَافَّةً وَلَا  
تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, masuklah kamu ke dalam Islam keseluruhan, dan janganlah kamu turut langkah-langkah syaitan. Sesungguhnya syaitan itu musuh yang nyata bagimu.<sup>13</sup>

Ayat ini menuntut setiap yang beriman agar melaksanakan seluruh ajaran Islam, jangan hanya percaya dan mengamalkan sebagian ajarannya dan menolak atau mengabaikan sebagian yang lain. Karena setan selalu menggoda manusia, baik yang durhaka apalagi yang taat. Menjeumuskan manusia menempuh jalan bertahap, langkah demi langkah, menyebabkan yang dirayu tidak sadar bahwa dirinya telah terjerumus kejurang kebinasaan.<sup>14</sup>

Berkenaan dengan ayat di atas, menjelaskan bahwa seruan kepada kaum mukminin dengan menyebut iman. Yaitu sifat yang membedakan mereka dari orang lain dan menjadikan mereka unik serta

<sup>12</sup> *Ibid.*, hlm. 169

<sup>13</sup> Departemen Agama RI, Al-qur'an dan Terjemahan (Jakarta: Pustaka Jaya Ilmu, 2014), hlm. 46

<sup>14</sup> M. Quraish Shihab, *Op. Cit.*, hlm. 544.

menghubungkan mereka dengan Allah yang menyeru mereka itu. Seruan kepada orang-orang yang beriman untuk masuk islam secara total, pemahaman pertama terhadap seruan ini ialah orang-orang mukmin harus menyerahkan diri secara total kepada Allah. Dalam urusan yang kecil maupun yang besar. Hendaklah mereka menyerahkan diri dengan sebenar-benarnya secara keseluruhan.

## 2) Dimensi Religiusitas

Menurut Glock & Stark dalam buku Djamaluddin Ancok dan Fuad Nashori Suroso, ada lima macam dimensi religiusitas atau keberagamaan yaitu:<sup>15</sup>

### 1) Dimensi keyakinan

Dimensi keyakinan adalah dimensi yang berisi pengharapan dimana orang religius berpegang teguh pada pandangan teologis tertentu dan mengakui kebenaran doktrin-doktrin tersebut. Setiap agama mempertahankan seperangkat kepercayaan dimana para penganut diharapkan akan taat. Walaupun demikian, isi dan ruang lingkup keyakinan itu bervariasi tidak hanya diantara agama-agama, tetapi seringkali juga diantara tradisi-tradisi dalam agama yang sama.

### 2) Dimensi praktik agama

Dimensi praktik agama yaitu dimensi yang mencakup perilaku pemujaan, ketaatan, dan hal-hal yang dilakukan orang untuk menunjukkan komitmen terhadap agama yang dianutnya. Praktik-

---

<sup>15</sup> Djamaluddin Ancok dan Fuad Nashori Suroso, *Psikologi Islam: Solusi Islam Atas Problem-Problem Psikologi*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2005), hlm. 76-82.

praktik keagamaan ini terdiri atas dua kelas penting yaitu ritual, mengacu kepada seperangkat ritus, tindakan keagamaan formal atau praktekpraktek suci yang semua mengharapkan para pemeluk melaksanakan. Misalnya, dalam agama Islam sebagian dari pengharapan ritual itu diwujudkan dalam ibadah sholat, haji, berdoa dan sebagainya. selanjutnya ketaatan, ketaatan dan ritual bagaikan ikan dengan air, meski ada perbedaan penting. Semua agama yang dikenal juga mempunyai perangkat tindakan persembahan dan kontemplasi personal yang relatif spontan, informal, dan khas pribadi

### 3) Dimensi pengalaman

Dimensi pengalaman disejajarkan dengan akhlak. Dimensi ini berisikan dan memperhatikan fakta bahwa semua agama mengandung pengharapan-pengharapan tertentu, meski tidak tepat jika dikatakan bahwa seseorang yang beragama dengan baik pada suatu waktu akan mencapai pengetahuan subjektif dan langsung mengenai kenyataan terakhir bahwa ia akan mencapai suatu kontak dengan kekuatan supernatural. Dimensi ini berkaitan dengan pengalaman keagamaan, perasaan-perasaan, persepsi-persepsi dan sensasi-sensasi yang dialami seseorang atau masyarakat yang melihat komunikasi walaupun kecil, dalam suatu esensi ketuhanan, yaitu dengan Tuhan, kenyataan terakhir, dengan otoritas transidental.

#### 4) Dimensi pengetahuan agama

Dimensi pengetahuan agama adalah dimensi yang menerangkan seberapa jauh seseorang mengetahui tentang ajaran-ajaran agamanya, terutama yang ada di dalam kitab suci manapun yang lainnya. Paling tidak seseorang yang beragama harus mengetahui hal-hal pokok mengenai dasar-dasar keyakinan, ritus-ritus, kitab suci dan tradisi-tradisi.

#### 5) Dimensi konsekuensi

Dimensi konsekuensi yaitu dimensi yang mengidentifikasi akibat-akibat keyakinan keagamaan, praktik, pengalaman, dan pengetahuan seseorang dari hari ke hari. Walaupun agama banyak menggariskan bagaimana pemeluknya seharusnya berpikir dan bertindak dalam kehidupan sehari-hari, tidak sepenuhnya jelas sebatas masa. Konsekuensi-konsekuensi agama merupakan bagian dari komitmen atau semata-mata berasal dari agama.

### **4. Lingkungan Sosial**

#### a. Pengertian Lingkungan sosial

Lingkungan sosial adalah semua orang atau manusia lain yang mempengaruhi kita. Pengaruh lingkungan sosial itu ada yang diterima langsung dan ada yang tidak langsung. Pengaruh secara langsung, seperti dalam pergaulan sehari-hari dengan orang lain, dengan keluarga kita, teman-teman kita, kawan sekolah, sepekerjaan, dan sebagainya. Dan yang tidak langsung, melalui radio dan televisi, dengan membaca buku-

buku, majalah- majalah, surat- surat kabar, dan sebagainya, dan dengan berbagai cara yang lain.<sup>16</sup>

Menurut Peter dan Olson didalam buku Vinna Sri Yuniarti perilaku konsumen menjelaskan bahwa interaksi sosial langsung ini dapat memiliki pengaruh yang kuat pada pengetahuan dan perasaan konsumen tentang produk, toko, atau iklan, dan pada perilaku pengonsumsiannya mereka<sup>17</sup>. Lingkungan sosial secara langsung yaitu:

#### 1) Lingkungan Keluarga

Menurut Kotler Para anggota keluarga dapat memberikan pengaruh yang kuat terhadap perilaku membeli. Keluarga merupakan unit terkecil yang perilakunya sangat mempengaruhi dan menentukan dalam pengambilan keputusan dalam membeli.

Peranan dari orangtua juga sangat mempengaruhi karena dari orangtua lah seseorang mendapatkan pandangan tentang agama, politik, ekonomi dan merasakan ambisi pribadi, nilai atau harga diri dan cinta.

Pengaruh keluarga yaitu memberikan pengaruh yang besar dalam perilaku pembelian. Para pelaku pasar telah memeriksa peran dan pengaruh suami, istri, dan anak dalam pembelian produk yang berbeda. Sebagai contoh anak- anak dapat memberikan pengaruh yang besar terhadap keputusan yang melibatkan restoran fast food.

#### 2) Lingkungan Pekerjaan

---

<sup>16</sup> M. Dalyono, *Psikologi Pendidikan*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2012), hlm. 133- 134.

<sup>17</sup> Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku konsumen Teori dan praktik*, (Bandung: Pustaka Setia, 2015), hlm. 205

Kehidupan manusia tidak terlepas dari berbagai keadaan lingkungan sekitarnya termasuk lingkungan pekerjaan. Didalam lingkungan pekerjaan terdapat rekan kerja yang dapat memberikan pengaruh terhadap keputusan suatu pembelian. Keputusan pembelian dapat dipengaruhi oleh *word of mouth* Menurut Kotler dan Armstrong *word of mouth communication* ialah komunikasi pribadi mengenai suatu produk antara calon konsumen, tetangga, teman, keluarga serta rekan kerja.<sup>18</sup>

Pengalaman yang dimiliki oleh komunikator tersebut nantinya akan disampaikan dan diceritakan kepada individu lain sehingga berpengaruh terhadap pengambilan keputusan pembelian dari individu itu sendiri. Kemudian seseorang cenderung lebih mempercayai rekomendasi dan informasi langsung dari orang yang pernah menggunakan produk tersebut daripada harus mempercayai iklan.

## 2) Lingkungan Masyarakat

Menurut Hamalik menjelaskan bahwa Suatu dimensi yang sangat penting adalah masyarakat. Dalam konteks ini lingkungan masyarakat mencakup unsur-unsur individu, kelompok, sumber-sumber alami, sumber budaya, sistem nilai dan norma, kondisi atau situasi serta masalah-masalah, dan berbagai hambatan dalam masyarakat, secara keseluruhan.

---

<sup>18</sup> Muhammad Aries, dkk “Pengaruh *word of mouth* Terhadap Minat Beli Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian”, *Jurnal Administrasi Bisnis*, Volume 60, No. 3, Juli 2018, hlm.37

## d) Iklan

### a. Pengertian Iklan

Iklan adalah komunikasi komersil dan nonpersonal tentang sebuah organisasi dan produk- produknya yang ditransmisikan ke suatu khalayak target melalui media bersifat massal seperti televisi, radio, Koran, majalah, *direct mail* (pengeposan langsung), reklame luar ruang, atau kendaraan umum.<sup>19</sup>

Iklan adalah sarana promosi yang digunakan oleh perusahaan. Tujuan promosi lewat iklan adalah berusaha untuk menarik dan mempengaruhi nasabah lama serta calon nasabahnya.<sup>20</sup>

Ciri- ciri yang terdapat dari suatu periklanan adalah:<sup>21</sup>

- 1) *Public Persentation* (penyajian di muka umum) Iklan merupakan suatu sarana komunikasi yang sangat bersifat umum dan menawarkan pesan yang sama kepada banyak orang.
- 2) *Pervasiveness* (penyerahan menyeluruh). Iklan merupakan medium yang diserap secara menyeluruh dan memungkinkan pihak perusahaan untuk mengulangi pesannya itu berulang-ulang, diharapkan dengan pengulangan pesan tersebut akan memberikan pengaruh signifikan terhadap konsumen.

---

<sup>19</sup> Monle Lee dan Carla Johnson, *Prinsip- Prinsip Pokok Periklanan dalam Perspektif Global*, (Jakarta: kencana ,2007), hlm.3

<sup>20</sup> M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar- Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfbeta, 2012) hlm. 173

<sup>21</sup> *Ibid.*, hlm. 174

- 3) *Expressiveness* (daya tangkap yang kuat). Periklanan memberikan peluang untuk menampilkan dengan penggunaan cetakan, bunyi dan warna secara pandai.
- 4) *Impersonality* (kurang kepribadian). Periklanan senantiasa bersifat umum, sehingga daya meyakinkan dan mengungkapkan tentang produk tersebut secara rinci masih dirasakan kurang. Oleh karenanya iklan masih kurang mampu menyentuh konsumen secara personal.

Menurut Kasali mendefinisikan iklan adalah suatu media yang statis dan mengutamakan pesan-pesan visual. Berdasarkan pendapat ahli dapat disimpulkan periklanan merupakan sebagai pesan yang menawarkan suatu produk yang ditunjukkan kepada masyarakat lewat media.

b. Adapun indikator iklan yaitu:

- 1) Dapat Menimbulkan perhatian
- 2) Menarik
- 3) Dapat menimbulkan keinginan
- 4) Menghasilkan suatu tindakan.

c. Adapun fungsi-fungsi iklan sebagai berikut yaitu:<sup>22</sup>

- 1) Memberikan Informasi

Periklanan dapat menambah nilai suatu barang dengan memberikan informasi kepada konsumen. Informasi tersebut

---

<sup>22</sup> Basu Swastha, *Manajemen Pemasaran Modern*, (Bandung, CV Pustaka Setia, 2000), hlm.370

dapat berupa jenis barang, harga atau pun informasi lainnya yang berhubungan dengan keperluan konsumen.

#### 2) Membujuk dan Mempengaruhi

Periklanan tidak hanya bersifat memberitahu saja tetapi juga bersifat membujuk terutama kepada pembeli- pembeli potensial, dengan menyatakan suatu produk adalah lebih baik dari pada produk lainnya.

#### 3) Menciptakan Kesan

Melalui sebuah iklan, orang akan mendapatkan kesan tertentu mengenai sesuatu yang di iklankan dalam hal ini pemasang iklan selalu berusaha menciptakan dengan warna, ilustrasi, bentuk, dan layout yang menarik. selain itu produsen selalu juga berusaha untuk memberi kesan kepada konsumen bahwa produknya berbeda dengan produk lain.

#### 4) Memuaskan keinginan

Dalam hal ini periklanan merupakan alat untuk mencapai tujuan dan tujuan itu berupa pertukaran yang saling memuaskan.

#### 5) Merupakan alat komunikasi

Periklanan merupakan suatu alat untuk membuka komunikasi dua arah antara penjual dan pembeli sehingga keinginan mereka dapat terpenuhi dengan cara efisien dan efektif.

## B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan penelitian-penelitian yang dilakukan oleh para ahli terdahulu sebelum penelitian ini. Hasil penelitian tersebut dijadikan referensi dalam penelitian ini, baik variabel-variabel terkait dan asumsi-asumsi relevan dari hasil penelitian tersebut. Adapun penelitian terdahulu yang berkaitan dengan variabel yang digunakan dalam penelitian ini dapat di lihat pada tabel berikut ini :

**Tabel II.1**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Sayyidatul Maghfiroh	Pengaruh Religiuitas, pendapatan dan lingkungan social terhadap minat menabung dibank syariah pada santri pesantren Mahasiswi Darush Shalihah (skripsi fakultas Ekonomi universitas Negri Yogyakarta 2018	Hasil penelitian ini adalah Religiuitas tidak berpengaruh minat menabung dibank syariah dengan nilai signifikansi sebesar $0,279 > 0,05$ sedangkan lingkungan social berpengaruh terhadap minat menabung dengan nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$
2	Mufti Arsyidian	Pengaruh Presepsi, Tingkat Religiuitas dan Disposable Income Terhadap Minat Menabung di Perbankan Syariah (Studi pada Masyarakat Kecamatan Tulis) Skripsi fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Univesitas Islam	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) faktor persepsi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di (2) tingkat religiuitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di perbankan syariah. Dapat dibuktikan dengan melihat

		Negeri Walisongo Semarang. 2019	perhitungan dari Uji T yang menunjukkan hasil $T_{hitung} > T_{tabel}$ yaitu $3,573 > 0,1986$ . (3) faktor disposable income memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di bank syariah .
3	Rif'at Maulidi	Pengaruh pengetahuan, Religiusitas, Lingkungan Sosial terhadap minat menabung menggunakan bank syariah (studi kasus siswa SMA 1 Ambarawa) Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Salatiga. 2018	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel Pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung siswa menggunakan bank syariah. Variabel Religiusitas berpengaruh positif tidak signifikan terhadap minat menabung siswa menggunakan bank syariah dan variabel Lingkungan Sosial berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap minat menabung siswa menggunakan bank syariah.
4	Indra siswanti	Pengaruh pengetahuan, agama, iklan dan pengalaman mahasiswa Pai Stain Salatiga tentang sistem perbankan syariah terhadap minat menabung di bank syariah (2015)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa hasil uji f menunjukkan bahwa model berpengaruh positif dan signifikan yaitu minat menabung di pengaruhi secara bersama-sama oleh pendidikan, agama, iklan, dan pengalaman
5	Amalia Ulfa Siregar	Pengaruh pengetahuan, dan Iklan Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah ( Studi Kasus Masyarakat Kelurahan Padangmatinggi Lestari Padangsidimpuan). Skripsi Fakultas	Pengetahuan berpengaruh secara parsial terhadap minat menabung dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ( $11,034 > 1,6614$ ). Iklan tidak berpengaruh secara parsial terhadap minat menabung dengan nilai $-t_{hitung} < t_{tabel}$ ( $-0,851 < 1,6614$ ). Variabel

		Ekonomi Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan. (2019)	pengetahuan dan iklan berpengaruh secara simultan terhadap minat menabung masyarakat, dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ( $61,056 > 3,09$ ) atau nilai $Sig. < 0,05$ ( $0,000 < 0,05$ ).
--	--	---	--

Berdasarkan Tabel di atas terdapat persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang dilakukan peneliti dalam penelitian ini. Persamaan dan perbedaannya antara lain:

1. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Sayyidatul Magfiroh terdapat pada variabelnya, sama-sama menggunakan variabel pengaruh religiuitas dan lingkungan sosial kemudian persamaan dari variabel Y yaitu minat menabung di bank syariah, sedangkan perbedaannya terdapat pada salah satu variabelnya peneliti terdahulu menggunakan pengaruh pendapatan sedangkan peneliti menggunakan variabel iklan. kemudian terdapat perbedaan pada objek yang diteliti yaitu peneliti terdahulu pada santri pesantren Mahasiswi darus shalihat sedangkan peneliti pada Masyarakat Kelurahan Wek V Padangsidimpuan.
2. Mufti Arsyidin Membahas Tentang pengaruh Presepsi, Tingkat Religiusitas dan Disposable Income Terhadap Minat Menabung di Perbankan Syariah (Studi pada Masyarakat Kecamatan Tulis) sedangkan penulis membahas pengaruh religiusitas, lingkungan sosial, dan iklan terhadap minat menabung ( studi kasus: Masyarakat Kelurahan Wek V Siborang Kec. Padangsidimpuan). Persamaannya terdapat pada variabel religiusitas dan sama- sama meneliti Masyarakat dan perbedaannya

terdapat pada variabel x peneliti terdahulu menggunakan pengaruh persepsi dan disposable income sedangkan penulis menggunakan pengaruh lingkungan sosial dan iklan. Perbedaan selanjutnya terletak pada lokasi penelitian.

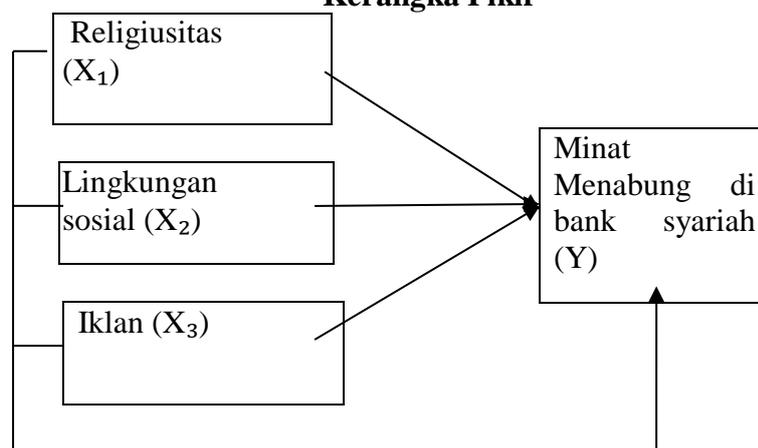
3. Peneliti terdahulu membahas tentang Pengaruh pengetahuan, Religiusitas, Lingkungan Sosial terhadap minat menabung menggunakan bank syariah (studi kasus siswa SMA 1 Ambarawa), sedangkan penulis membahas pengaruh religiusitas, lingkungan sosial, dan iklan terhadap minat menabung ( studi kasus: Masyarakat Kelurahan Wek V Siborang Kec. Padangsidimpuan). Persamaanya terletak pada sama-sama menggunakan variabel religiusitas dan lingkungan sosial dan pada variabel Y yaitu sama- sama membahas tentang minat menabung. Kemudian perbedaannya terletak pada salah satu variabelnya peneliti terdahulu membahas pengaruh pengetahuan, sedangkan penulis membahas pengaruh iklan, selanjutnya perbedaannya terletak pada lokasi penelitian.
4. Persamaan penelitian ini dengan Indra Siswanti sama-sama membahas variabel pengaruh iklan serta minat menabung di bank syariah adapun perbedaannya peneliti terdahulu membahas tentang variabel pengaruh pengetahuan dan pengalaman sedangkan penulis membahas tentang pengaruh religiusitas dan lingkungan sosial kemudian perbedaan yang lain terdapat pada studinya.
5. Adapun persamaan penelitian ini dengan penelitian Amalia Ulfa Siregar adalah sama- sama membahas tentang pengaruh iklan terhadap minat

menabung dan sama-sama meneliti dilingkungan Masyarakat, dan perbedaanya terletak pada variabel pembahasanya peneliti membahas tentang pengaruh pengetahuan sedangkan penulis membahas pengaruh religiusitas dan lingkungan sosial dan perbedaanya juga terletak pada lokasi penelitiannya.

### C. Kerangka Pikir

Kerangka pikir adalah model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting.<sup>23</sup> Variabel X (bebas atau independen) dalam penelitian ini ada tiga yaitu pengaruh agama, lingkungan sosial, dan iklan (x), sedangkan variabel Y (terikat atau dependen) yaitu minat menabung di bank syariah (Y).

**Gambar I**  
**Kerangka Pikir**



### D. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap masalah penelitian, yang kebenarannya masih harus diuji secara empiris. Ciri-ciri hipotesis yang

<sup>19</sup> Sugiono, *Metode penelitian Bisnis*, (Jakarta: Alfabeta, 2014), hlm.88.

baik adalah hipotesis yang dirumuskan dengan singkat dan jelas, harus dengan nyata menunjukkan adanya hubungan antara dua variabel atau lebih, harus didukung oleh teori-teori yang dikemukakan oleh para ahli atau hasil penelitian yang relevan.

Berdasarkan kerangka pemikiran teoritis dan hasil penemuan beberapa penelitian, maka hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut:

H<sub>a1</sub>= Terdapat pengaruh religiusitas terhadap minat menabung masyarakat Kelurahan Wek V Siborang Kec. Padangsidempuan Selatan di Bank Syariah.

H<sub>a2</sub>= Terdapat pengaruh lingkungan sosial terhadap minat menabung masyarakat Kelurahan Wek V Siborang Kec. Padangsidempuan Selatan di Bank Syariah.

H<sub>a3</sub>= Terdapat pengaruh iklan terhadap minat menabung masyarakat Kelurahan Wek V Siborang Kec. Padangsidempuan Selatan di Bank Syariah.

H<sub>a4</sub>= Terdapat pengaruh religiusitas, lingkungan sosial dan iklan terhadap minat Menabung masyarakat Kelurahan Wek V Siborang Kec. Padangsidempuan Selatan di Bank Syariah secara bersama-sama (simultan)

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Lokasi dan Waktu Penelitian**

Lokasi penelitian adalah masyarakat Wek V Siborang Kec. Padangsidimpua Selatan kota Padangsidimpuan. Waktu penelitian pada bulan Juli 2020 sampai dengan November 2020.

#### **B. Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan penelitian kuantitatif, karena penelitian ini mengkonfirmasi konsep dan teori yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya dengan fakta dan data yang ditemukan di lapangan. Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) yaitu penelitian langsung dilakukan dilapangan atau pada responden.<sup>38</sup>

#### **C. Populasi dan Sampel**

Menurut Kuncoro populasi merupakan kelompok elemen yang lengkap berupa objek, transaksi, atau kejadian yang dipelajari untuk dijadikan objek penelitian.<sup>39</sup> Populasi adalah seluruh kumpulan dari elemen-elemen yang akan dibuat kesimpulan. Sedangkan elemen unsur adalah subjek dimana pengukuran akan dilakukan. Besarnya populasi yang akan digunakan dalam suatu penelitian tergantung pada jangkauan kesimpulan yang akan dibuat atau dihasilkan. Dalam penelitian kali ini peneliti menggunakan Masyarakat Kelurahan Wek V Siborang di

---

<sup>1</sup> Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik* (Jakarta: Bumi Aksara, 2004), hlm. 5.

<sup>2</sup> Mudrajad Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis Dan Ekonomi* (Jakarta: Erlangga: 2013), hlm. 146.

lingkungan II dan lingkungan III sebagai objek penelitian dengan jumlah penduduk sebanyak 1359 jiwa.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.<sup>40</sup> Agar informasi yang diperoleh dari sampel benar-benar mewakili populasi, informasi dari sampel yang baik akan mencerminkan informasi dari populasi secara keseluruhan. Dalam penelitian ini pengambilan sampel dengan cara *nonprobability sampling* dengan menggunakan teknik aksidental yaitu suatu teknik penentuan sampel berdasarkan faktor spontanitas, artinya siapa saja yang tidak sengaja bertemu dengan peneliti dan sesuai dengan karakteristik (ciri-cirinya), maka orang tersebut dapat digunakan sebagai sampel (responden), bila dipandang orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data.<sup>41</sup> Sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Taro

$$\text{Yamane yaitu: } n = \frac{N}{(1+Ne^2)}$$

Dimana:

n= Jumlah sampel

N= Jumlah populasi

e<sup>2</sup>= Error level (tingkat kesalahan 10%)<sup>42</sup>

Maka perhitungannya:

---

<sup>3</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2010), hlm. 80.

<sup>41</sup> Riduwan, *Dasar- Dasar Statistika* (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm. 19

<sup>42</sup> Marsono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: In Media, 2016), hlm. 169.

$$n = \frac{1359}{(1 + 1359 \cdot 0.1^2)}$$

$$n = \frac{1359}{(1 + 13.59)}$$

$$n = 93.1$$

$$n = 93 \text{ responden}$$

#### **D. Instrumen Pengumpulan Data**

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari subjek penelitian sebagai informasi. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dengan cara menyebarkan angket (kuisisioner) kepada masyarakat Wek V Siborang kec. Padangsidempuan Selatan.

Untuk memperkuat data yang diperoleh maka perlu adanya proses pengumpulan data yang meliputi :

##### **1. Kuesioner**

Kuesioner adalah daftar pertanyaan yang diberikan kepada objek penelitian yang mau memberikan respon sesuai dengan permintaan pengguna. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang hendak diteliti dan diukur, serta tahu apa saja yang bisa diharapkan dari responden.<sup>43</sup> Dalam penelitian ini

---

<sup>5</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm. 199.

adalah masyarakat Lingkungan II dan III Kelurahan Wek V Siborang Kec. Padangsidempuan Selatan.

Skala yang digunakan adalah skala likert. Skala likert adalah skala yang berisi lima tingkat jawaban yang merupakan skala jenis ordinal. Dimana skala likert ini merupakan cara yang paling sering digunakan dalam menentukan skor. Angket ini menggunakan skala likert yaitu sebagai berikut:

**Tabel III.1**  
**Skor pada Angket**

Tanggapan Responden	Skor	
	Pernyataan Positif	Pernyataan Negatif
Sangat Setuju (SS)	5	1
Setuju (S)	4	2
Kurang setuju (KS)	3	3
Tidak Setuju (TS)	2	4
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

**Tabel III.3**  
**Kisi-Kisi Angket Penelitian**

No	Variabel	Indikator	No Soal
1	Religiusitas (X1)	Keyakinan	1 dan 2
		Pengalaman	3 dan 4
		Pengetahuan agama	5 dan 6
		Praktik agama	7 dan 8
		Konsekuensi	9
2	Lingkungan Sosial (X2)	Lingkungan keluarga	1, 2 dan 3
		Lingkungan Masyarakat	4, 5 dan 6
		Lingkungan Pekerjaan	7 dan 8
3	Iklan (X3)	Dapat menimbulkan perhatian	1 dan 2

		Menarik	3 dan 4
		Dapat menimbulkan keinginan	5 dan 6
		Menghasilkan suatu tindakan	7 dan 8
4	Minat Menabung (Y)	Dorongan dari diri sendiri	1, 2 dan 3
		Motif sosial	4
		Faktor emosional	5, 6,7, dan 8

## 2. Dokumentasi

Dokumentasi berasal dari kata dokumen, yang artinya barang-barang tertulis. Di dalam melaksanakan metode dokumentasi, peneliti menyelidiki benda-benda tertulis seperti buku-buku, majalah, dokumen, peraturan-peraturan, notulen rapat, catatan harian dan sebagainya.<sup>44</sup>

## 3. Studi Kepustakaan

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

## E. Analisis Data

Adapun metode analisis data yang digunakan adalah dengan bantuan metode SPSS (*Statistical Package Social Science*) versi 23 sebagai alat hitung. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

---

<sup>7</sup> W. Gulo, *Metodologi Penelitian* (Jakarta: PT Grasindo, 2010), hlm. 122

## 1. Uji Instrumen

### a. Uji Validitas

Validitas atau kesahihan adalah suatu indeks yang menunjukkan alat ukur tersebut benar-benar mengukur apa yang diukur.<sup>45</sup> Jika skala pengukuran tidak valid, maka tidak bermanfaat bagi peneliti karena tidak mengukur atau melakukan apa yang seharusnya dilakukan.<sup>46</sup> Kualitas data yang diperoleh oleh peneliti adalah bergantung pada kualitas instrumen pengumpulan data yang digunakan pada penelitian.

Kualitas instrumen data harus dinilai dengan uji validitas. Dalam hal ini uji validitas dilakukan pada instrumen tes. Uji validitas yang dilakukan pada penelitian ini adalah dengan menggunakan metode *person product moment* dengan aplikasi SPSS. Pengujian menggunakan uji dua sisi dengan taraf yang signifikan (0,1). Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai  $r_{hitung}$  dengan nilai  $r_{tabel}$ . Adapun kriteria pengujian adalah:

- 1) Jika  $r_{tabel} < r_{hitung}$  (uji 2 sisi dengan signifikan 0,1) maka instrumen atau item-item pernyataan berkorelasi signifikan terhadap skor total maka dinyatakan valid.

---

<sup>8</sup>Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian* (Jakarta: Kencana Pramedia Group, 2011), hlm. 138.

<sup>10</sup>Mudrajat Kuncoro, *Op. Cit.*, hlm. 172.

2) Jika  $r_{tabel} > r_{hitung}$  (uji 2 sisi dengan signifikan 0,1) maka instrument atau item-item pernyataan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total maka dinyatakan tidak valid.<sup>47</sup>

### **b. Uji Reliabilitas**

Reliabilitas berkenaan dengan derajat konsistensi dan stabilitas data dan temuan. Artinya bila suatu penelitian dilakukan dengan alat ukur yang sama lebih dari satu kali maka hasil penelitian itu seharusnya sama dan bila tidak sama maka dikatakan perangkat ukur itu tidak reliabel. Uji reliabilitas merupakan kelanjutan dari uji validitas, dimana item yang masuk pengujian adalah pernyataan yang dinyatakan valid.

Uji reliabilitas dilakukan dengan menghitung *Croanbach Alpha* dari masing-masing instrumen dalam suatu variabel. Instrumen yang dipakai dikatakan andal jika memiliki nilai *Croanbach Alpha*  $> 0,60$  dan jika nilai *croanbach Alpha*  $< 0,60$  maka instrumen yang dipakai dalam penelitian itu dapat dikatakan tidak reliabel.<sup>48</sup>

## **2. Uji Asumsi Klasik**

### **a. Uji Normalitas**

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau

---

<sup>47</sup> Budi Setiawan, *Teknik Praktik Analisis Data Penelitian Sosial dan Bisnis*, (Yogyakarta: andi Offset, 2015), hlm. 138.

<sup>11</sup> Syofian Siregar, *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Bumi Aksara, 2014), hlm. 90.

tidak.<sup>49</sup> Model regresi yang baik hendaknya memiliki nilai residual yang berdistribusi secara normal. Dalam penelitian ini uji normalitas menggunakan SPSS versi 23 dengan melihat *One-Sample Kolmogorov Smirnov*. Uji normalitas dapat dilakukan dengan melihat taraf signifikan 0.1 maka ketentuan uji normalitas dapat diketahui sebagai berikut:

- 1) Jika nilai signifikansi  $> 0,1$  maka berasal dari populasi yang berdistribusi normal.
- 2) Jika nilai signifikansi  $< 0,1$  maka sampel berasal dari populasi yang berdistribusi tidak normal.<sup>50</sup>

#### **b. Uji Linieritas**

Uji linieritas digunakan untuk mengetahui linier data, yaitu apakah dua variable mempunyai hubungan yang linier dan signifikan atau tidak<sup>51</sup>. Data yang baik seharusnya memiliki hubungan yang linier antara *independent variable* dan *dependent variable*. Pengujian data digunakan dengan SPSS dengan menggunakan *linierity* pada taraf signifikan 0,1

- 1) Jika nilai signifikan  $< 0,1$  maka dapat dikatakan mempunyai hubungan yang linier.
- 2) Jika nilai signifikan  $> 0,1$  maka dapat dikatakan tidak mempunyai hubungan yang linier.

---

<sup>12</sup> Juliansyah Noor, *Op. Cit.*, hlm. 174.

<sup>50</sup> Zulfikar, *Pengantar Pasar Modal dengan Pendekatan Statistika* ( Yogyakarta: Depublish, 2016), hlm. 163.

<sup>14</sup> Duwi Priyatno, *Pengolahan Data Terpraktis* (Yogyakarta: Andi Offset, 2014), hlm. 79.

### c. Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi ditemukan adanya kolerasi atau hubungan yang signifikan antara independen variabel.<sup>52</sup> Dalam model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas.

Multikolonieritas akan menyebabkan koefisien regresi bernilai kecil dan *standard error* regresi bernilai besar sehingga pengujian variabel bebas secara individu akan menjadi tidak signifikan. Untuk mengetahui ada tidaknya multikolonieritas dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan VIF (*Variance Inflation Faktor*).<sup>53</sup>

#### 1) Nilai *tolerance*

Untuk melihat kriteria pengujian multikolonieritas dengan menggunakan nilai *tolerance*  $> 0,1$  menunjukkan bahwa model regresi bebas dari multikolonieritas. Dan jika nilai *tolerance*  $< 0,1$  menunjukkan bahwa model regresi terdapat multikolonieritas.

#### 2) VIF (*Variance inflation faktor*)

Apabila nilai VIF  $< 10$  mengindikasikan bahwa model regresi bebas dari multikolonieritas dan jika nilai VIF  $> 10$  mengindikasikan bahwa model regresi memiliki multikolonieritas.

---

<sup>13</sup> Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis* (Depok: Raja Grafindo Persada, 2015), hlm. 177.

<sup>14</sup> Nur Asnawi & Masyuri, *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*, (Malang: UIN Maliki Prees, 2011), hlm. 176.

#### d. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas, yaitu adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi.<sup>54</sup> Pada penelitian ini metode yang digunakan adalah metode grafik (melihat pola titik-titik pada grafik regresi) dengan dasar pengambilan keputusannya yaitu: jika ada pola tertentu seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka terjadi heteroskedastisitas. Sedangkan jika tidak ada pola yang jelas seperti titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi heteroskedastisitas.<sup>55</sup>

#### F. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda yaitu suatu model yang digunakan oleh peneliti, bila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Jadi analisis regresi ganda akan dilakukan bila jumlah variabel independen minimal dua.<sup>56</sup>

Adapun regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian untuk mengetahui pengaruh Religiusitas ( $X_1$ ), lingkungan sosial ( $X_2$ ) dan iklan ( $X_3$ ) terhadap minat menabung di bank syariah

---

<sup>15</sup> Duwi Priyatno, *Op.Cit.*, hlm.113.

<sup>16</sup> *Ibid*, hlm. 108.

<sup>18</sup> Sugiyono, *Op. Cit.*, hlm. 277.

(Y). Bentuk persamaan analisis regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu:

$Y = \alpha + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$  sehingga di dalam penelitian ini

$M = \alpha + b_1 R + b_2 L + b_3 I + e$

Y = Minat menabung di bank syariah

a = Konstanta

$b_1, b_2$  = Koefisien Regresi Linier Berganda

$X_1$  = Religiusitas

$X_2$  = Lingkungan Sosial

$X_3$  = Iklan

e = *Standar error*

## G. Uji Hipotesis

### 1. Uji t (uji secara individu)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat. Ketentuan dalam uji t adalah: Jika  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima  $H_a$  ditolak sedangkan Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $-t_{hitung} > -t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.<sup>57</sup>

### 2. Uji F (uji secara kelompok)

Uji f dilakukan untuk mengetahui pengaruh semua independen variabel terhadap dependen variabel.<sup>58</sup> Menentukan  $F_{tabel}$  dan  $F_{hitung}$

---

<sup>18</sup> Duwi Priyatno, *SPSS 22.00 Pengolah Data Praktis*, (Yogyakarta: C.V Andi Offset, 2014), hlm. 349.

<sup>19</sup> Mudrajad Kuncoro, *Op. Cit.*, hlm. 139.

dengan taraf signifikan sebesar 10% (0,1) dengan  $df = (n-k-1)$ .

Adapun kriteria pengujian F adalah sebagai berikut.<sup>59</sup>

- 1) Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.
- 2) Jika  $F_{hitung} \leq F_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

#### H. Uji $R^2$ ( koefisien determinasi)

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) menunjukkan sejauh mana tingkat hubungan antara variabel dependen Y (minat menabung di bank syariah) dengan variabel independen X (pengaruh religiusitas, lingkungan sosial dan iklan) kriteria  $R^2$  adalah: <sup>60</sup>

1. Besarnya nilai koefisien determinasi terletak antara 0 sampai dengan 1, jadi nilai  $R^2$  terletak antara  $0 \leq R^2 \leq 1$ .
2. Nilai 0 (nol) 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 sumbangan atau kontribusi variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y).

---

<sup>20</sup> Duwi Priyatno, *Op. Cit.*, hlm. 158.

<sup>22</sup> *Ibid*, hlm. 278.

## **BAB IV**

### **PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian**

##### 1. Keadaan Geografi

Kelurahan Wek V merupakan salah satu kelurahan yang terdapat di kecamatan Padangsidempuan Selatan Kota Padangsidempuan Propinsi Sumatra Utara dengan luas 35.2 Ha yang sebagian besar dimanfaatkan sebagai pemukiman lahan pertanian, ruko dan sebagainya. Letak kelurahan ini sangat strategis karena terletak di pinggir jalan raya dan sarana pengangkutan sudah cukup memadai dengan fasilitas jalan yang tersedia sehingga angkutan tidak sulit diperoleh setiap saat. Secara administratif Kelurahan Wek V terdiri atas 9 lingkungan. Adapun batas- batas Wek V adalah sebagai berikut:

- a. Sebelah Utara : Kelurahan Ujung Padang
- b. Sebelah Selatan : Kelurahan Aek Tampang
- c. Sebelah Barat : Kelurahan Losung
- d. Sebelah Timur : Kelurahan Sitamiang

##### 2. Keadaan demografi

Penduduk kelurahan Wek V Siborang kecamatan Padangsidempuan Selatan berjumlah 1551 kepala keluarga, terdiri dari 3794 laki-laki dan 3834 perempuan dengan rincian sebagai berikut:

**Tabel IV.1**  
**Keadaan penduduk Kelurahan Wek V Siborang Kecamatan**  
**Padangsidempuan Selatan**

No	Nama Lingkungan	Jumlah KK	Jumlah Penduduk	
			Laki- Laki	Perempuan
1	Lingkungan I	199	430	619
2	Lingkungan II	184	395	460
3	Lingkungan III	130	210	294
4	Lingkungan IV	265	590	705
5	Lingkungan V	165	311	225
6	Lingkungan VI	216	467	654
7	Lingkungan VII	112	245	210
8	Lingkungan VIII	145	325	382
9	Lingkungan IX	125	321	275
	Jumlah	1551	3294	3824

Sumber: Data administrasi Kelurahan Wek V Siborang

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa pada masing- masing lingkungan memiliki jumlah yang berbeda- beda. Di Lingkungan II dan Lingkungan III memiliki jumlah penduduk sebanyak 1359 jiwa

## **B. Gambaran Umum Responden**

Pengambilan data primer pada penelitian ini menggunakan instrumen angket yang disebar kepada masyarakat Lingkungan II dan III Kelurahan Wek V Siborang Kec. Padangsimpuan Selatan. Data responden dalam penelian ini sangat dibutuhkan untuk mengetahui latar belakang responden yang dapat dijadikan masukan untuk menjelaskan hasil yang diperoleh dalam penelitian. Untuk menjelaskan identitas maka peneliti membuat analisis deskriptif data responden sebagai berikut:

### **a. Jenis Kelamin**

Berdasarkan jenis kelamin dari hasil penelitian dapat dilihat pada tabel berikut ini.

**Tabel IV. 2**  
**Gambaran Banyaknya Responden berdasarkan Jenis Kelamin**

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
1	Laki- laki	39	41.9%
2	Perempuan	54	58.1%
	Total	93	

Sumber: Hasil Penelitian (angket) 2020 (data diolah)

b. Provesi/ Pekerjaan

Berdasarkan provesi/pekerjaan dari hasil penelitian dapat dilihat pada tabel berikut ini.

**Tabel IV.3**  
**Gambaran Banyaknya Responden Berdasarkan Provesi/ Pekerjaan**

No	Provesi/ Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
1	Mahasiswa	11	11.8%
2	Pegawai/ karyawan	32	34.4%
3	Wiraswasta	34	36.5%
4	Lain- lain	16	17.2%
	Total	93	

Sumber: Hasil Penelitian (angket) 2020 (data diolah)

c. Usia

Berdasarkan usia dari hasil penelitian dapat dilihat pada tabel berikut ini.

**Tabel IV.4**  
**Gambaran Banyaknya Responden Berdasarkan Usia**

No	Usia	Frekuensi	Persentase
1	20- 30	28	30.1%
2	31-40	23	24.7%
3	41- 50	25	26.8%
4	52- 60	12	12.9%
5	61- 70	5	5.3%

Sumber: Hasil Penelitian (angket) 2020 (data diolah)

### C. Analisis Hasil Penelitian

#### 1. Uji Validitas dan Realiabilitas

##### a. Uji Validitas

Hasil uji validasi penelitian yang telah diolah dapat dilihat pada tabel berikut ini.

**Tabel IV.6**  
**Uji Validitas Minat Menabung**

Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
1	0.764	Data dikatakan valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n = 93$ pada taraf signifikan 0.1 sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0.1698$	Valid
2	0.827		Valid
3	0.674		Valid
4	0.579		Valid
5	0.667		Valid
6	0.687		Valid
7	0.553		Valid
8	0.682		Valid

Sumber: Data diolah hasil output Spss Versi 23.0

Hasil uji validasi variabel minat menabung dapat disimpulkan bahwa 1-8 item pernyataan adalah valid. Berdasarkan  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dimana  $r_{tabel}$  adalah 0.1698 sedangkan  $r_{hitung}$  dapat dilihat pada hasil correlation.

**Tabel IV.7**  
**Uji Validitas Religiusitas**

Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
1	0.377	Data dikatakan valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n = 93$ pada taraf signifikan 0.1 sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0.1698$	Valid
2	0.703		Valid
3	0.722		Valid
4	0.585		Valid
5	0.654		Valid
6	0.650		Valid
7	0.563		Valid
8	0.293		Valid
9	0.367		Valid

Sumber: Data diolah hasil output Spss Versi 23.0

Hasil uji validasi variabel minat menabung dapat disimpulkan bahwa 1-8 item pernyataan adalah valid. Berdasarkan  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dimana  $r_{tabel}$  adalah 0.1698 sedangkan  $r_{hitung}$  dapat dilihat pada hasil correlation.

**Tabel IV.8**  
**Uji Validitas Lingkungan Sosial**

Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
1	0.749	Data dikatakan valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan n= 93 pada taraf signifikan 0.1 sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0.1698$	Valid
2	0.803		Valid
3	0.404		Valid
4	0.685		Valid
5	0.382		Valid
6	0.100		Tidak Valid
7	0.700		Valid
8	0.656		Valid

Sumber: Data diolah hasil output Spss Versi 23.0

Pada tabel diatas dapat disimpulkan bahwa angket mengenai variabel lingkungan sosial dari pernyataan 1 sampai pernyataan 5 dan pernyataan 7 sampai pernyataan 8 dinyatakan valid karena memiliki nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dan untuk pernyataan 6 dinyatakan tidak valid karna kurang dari 0.1698, maka pernyataan 6 tidak dimasukkan pada uji reliabilitas.

**Tabel IV. 9**  
**Uji Validitas Iklan**

Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
1	0.743	Data dikatakan valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan n= 93 pada taraf signifikan 0,1 sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,1698$	Valid
2	0.750		Valid
3	0.728		Valid
4	0.767		Valid
5	0.693		Valid
6	0.633		Valid
7	0.828		Valid
8	0.618		Valid

Sumber: Data diolah hasil output Spss Versi 23.0

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa item pernyataan 1-8 variabel iklan adalah valid. Berdasarkan  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dimana  $r_{tabel}$  adalah 0.1698 sedangkan  $r_{hitung}$  dapat dilihat pada hasil correlation.

#### b. Uji Reliabilitas

Adapun hasil uji reliabilitas pada penelitian yang telah diolah dapat dilihat pada tabel berikut ini.

**Tabel IV. 10**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items
Minat Menabung	.814	8
Religiusitas	.713	9
Lingkungan sosial	.771	7
Iklan	.860	8

Sumber: Data diolah hasil output Spss Versi 23.0

Hasil uji reliabilitas minat menabung pada tabel diperoleh dengan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0.814. Nilai *Cronbach's Alpha* 0,814 > 0,06 sehingga dapat disimpulkan bahwa pada variabel minat menabung (Y) dinyatakan reliabel. Selanjutnya hasil uji reliabilitas variabel religiusitas diperoleh dengan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,713. Nilai *Cronbach's Alpha* 0,713 > 0,06 sehingga dapat disimpulkan bahwa pada variabel religiusitas (X1) dinyatakan reliabel.

Hasil uji reliabilitas lingkungan sosial diperoleh dengan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,771. Nilai *Cronbach's Alpha* 0,771 > 0,06 sehingga dapat disimpulkan bahwa pada variabel lingkungan sosial (X2) dinyatakan reliabel.

Hasil uji reliabilitas iklan diperoleh dengan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0.860. Nilai *Cronbach's Alpha*  $0,860 > 0,06$  sehingga dapat disimpulkan bahwa pada variabel iklan (X3) dinyatakan reliabel.

## 2. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas

Adapun hasil uji normalitas yang telah diolah dapat dilihat pada tabel berikut ini.

**Tabel IV. 11**  
**Hasil Uji Normalitas**

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		93
Normal	Mean	.0000000
Parameters <sup>a,b</sup>	Std. Deviation	2.16179011
Most Extreme	Absolute	.081
Differences	Positive	.081
	Negative	-.048
Test Statistic		.081
Asymp. Sig. (2-tailed)		.164 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Data diolah hasil output Spss Versi 23.0

Berdasarkan tabel diatas terlihat nilai Asymp. Sig (2-tailed) adalah sebesar 0,164 dan lebih besar dari 0,10 maka dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi normal.

### c. Uji Linearitas

1) Hasil Uji Linearitas Religiusitas dengan Minat Menabung.

Adapun hasil uji linearitas religiusitas dengan minat menabung yang telah diolah dapat dilihat pada tabel berikut ini.

**Tabel IV.12**  
**Hasil Uji Linearitas Religiusitas dengan Minat**

**ANOVA Table**

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups (Combined)	302.201	10	30.220	6.275	.000
Linearity	170.355	1	170.355	35.372	.000
Deviation from Linearity	131.846	9	14.650	3.042	.003
Within Groups	394.917	82	4.816		
Total	697.118	92			

Sumber: Data diolah hasil output Spss Versi 23.0

Pada tabel diperoleh kesimpulan bahwa sig. *linearity* sebesar 0,000. Jadi dapat disimpulkan nilai sig. *linearity* < 0,1 (0.000 < 0.1) menunjukkan bahwa hubungan antara variabel religiusitas dengan minat adalah linier. Variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linier signifikan bila signifikansi (*linearity*) < 0,1.

## 2) Uji Linearitas Lingkungan Sosial dengan Minat Menabung.

Adapun hasil uji linearitas lingkungan sosial dengan minat menabung yang telah diolah dapat dilihat pada tabel berikut ini

**Tabel IV.13**  
**Hasil Uji Linearitas Lingkungan Sosial dengan Minat**

**ANOVA Table**

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Y * X2 Between (Combined)	223.647	14	15.975	2.632	.004
Linearity	181.570	1	181.570	29.912	.000

Group Deviation s from Linearity	42.077	13	3.237	.533	.897
Within Groups	473.471	78	6.070		
Total	697.118	92			

Sumber: Data diolah hasil output Spss Versi 23.0

Pada tabel diperoleh kesimpulan bahwa sig. *linearity* sebesar 0,000. Jadi dapat disimpulkan nilai sig. *linearity* < 0,1 (0.000 < 0,1) menunjukkan bahwa hubungan antara variabel lingkungan sosial dengan minat adalah linier.

### 3) Hasil Uji Linearitas Iklan dengan Minat Menabung

Adapun hasil uji linearitas iklan dengan minat menabung yang telah diolah dapat dilihat pada tabel berikut ini.

**Tabel IV.14**  
**Hasil Uji Linearitas Iklan dengan Minat**

ANOVA Table							
		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.	
Y * X3	Betwe en Group s	(Combined) Linearity Deviation from Linearity	332.354 116.197 216.157	17 1 16	19.550 116.197 13.510	4.020 23.892 2.778	.000 .000 .002
	Within Groups	364.764	75	4.864			
	Total	697.118	92				

Sumber: Data diolah hasil output Spss Versi 23.0

Pada tabel diperoleh kesimpulan bahwa sig. *linearity* sebesar 0,000. Jadi dapat disimpulkan nilai sig. *linearity* < 0,1 (0.000 < 0,1)

menunjukkan bahwa hubungan antara variabel iklan dengan minat adalah linier.

#### d. Uji Multikolinearitas

Hasil uji multikolinearitas dapat dilihat pada tabel berikut ini

**Tabel IV.15**  
**Hasil Uji Multikolinearitas**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	7.933	3.735		2.124	.036		
X1	.309	.106	.284	2.906	.005	.726	1.378
X2	.245	.086	.286	2.863	.005	.696	1.438
X3	.174	.065	.238	2.674	.009	.877	1.140

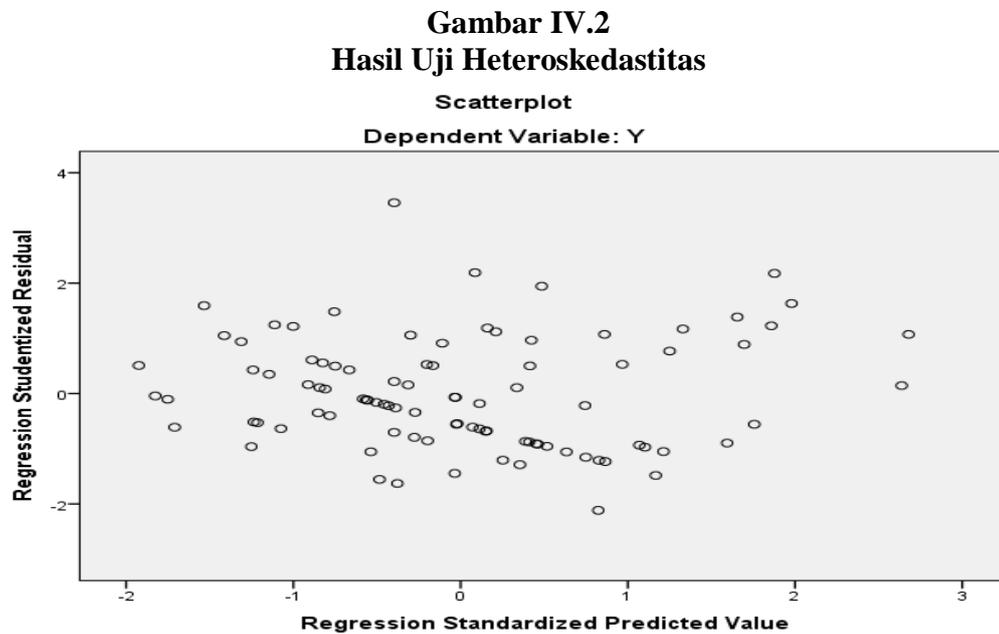
Sumber: Data diolah hasil output Spss Versi 23.0

Pada tabel di atas diperoleh kesimpulan bahwa nilai *Tolerance* dari variabel religiusitas adalah  $0,726 > 0,1$ . variabel lingkungan sosial  $0,696 > 0,1$ . variabel iklan  $0,877 > 0,1$ . Jadi, dapat disimpulkan nilai *Tolerance* dari keempat variabel diatas lebih besar dari 0,1 sehingga bebas dari multikolinearitas.

Selanjutnya berdasarkan nilai VIF dari variabel religiusitas adalah  $1,378 < 10$ , variabel lingkungan sosial adalah  $1,438 < 10$ . Variabel iklan  $1,140 < 10$ . Jadi dapat disimpulkan nilai VIF dari keempat variabel di atas lebih kecil dari 10 (nilai VIF  $< 10$ ). Sehingga terbebas dari multikolinearitas.

### e. Uji Heteroskedastisitas

Hasil uji Heteroskedastisitas dapat dilihat pada gambar berikut ini.



Sumber: Data diolah hasil output Spss Versi 23.0

Gambar III.1 dapat dilihat bahwa titik- titik tidak membentuk suatu pola tertentu. Titik- titik menyebar diatas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. jadi dapat disimpulkan bahwa model regresi terbebas dari heteroskedastisitas

### D. Analisis regresi linier berganda

Hasil analisis regresi linier berganda dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel IV.16**  
**Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	7.933	3.735		2.124	.036

X1	.309	.106	.284	2.906	.005
X2	.245	.086	.286	2.863	.005
X3	.174	.065	.238	2.674	.009

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data diolah hasil output Spss Versi 23.0

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat pada kolom *Unstandardized Coefficients* pada bagian kolom bagian B, maka persamaan analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini adalah

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$\text{Minat Menabung} = 7,933 + 0,309 \text{ Religiusitas} + 0,245 \text{ Lingkungan Sosial} + 0,174 \text{ Iklan} + e$$

Dari persamaan regresi linier diatas dapat diartikan bahwa:

- a. Nilai Konstanta ( $\alpha$ ) adalah sebesar 7,933 satuan menyatakan bahwa jika variabel religiusitas ( $X_1$ ), lingkungan sosial ( $X_2$ ), dan iklan ( $X_3$ ) diasumsikan 0 maka minat menabung masyarakat sebesar 7,933 satuan
- b. Koefisien regresi variabel religiusitas sebesar 0,309, Artinya jika setiap peningkatan religiusitas sebesar 1 satuan, maka minat menabung di bank syariah (Studi kasus Masyarakat Kelurahan Wek V Padangsidempuan Selatan) adalah meningkat sebesar 0,309 satuan. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara religiusitas dengan minat menabung di bank syariah. Semakin naik jumlah/ nilai religiusitas maka semakin meningkat minat menabung di bank syariah.

- c. Koefisien regresi variabel lingkungan sosial sebesar 0,245, Artinya jika setiap peningkatan lingkungan sosial sebesar 1 satuan, maka minat menabung di bank syariah (Studi kasus Masyarakat Kelurahan Wek V Padangsidempuan Selatan) adalah meningkat sebesar 0,245 satuan. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara lingkungan sosial dengan minat menabung di bank syariah. Semakin naik jumlah/ nilai lingkungan sosial maka semakin meningkat minat menabung di bank syariah.
- d. Koefisien regresi variabel Iklan sebesar 0,174, Artinya jika setiap peningkatan iklan sebesar 1 satuan, maka minat menabung di bank syariah (Studi kasus Masyarakat Kelurahan Wek V Padangsidempuan Selatan) adalah meningkat sebesar 0,174 satuan. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara iklan dengan minat menabung di bank syariah. Semakin naik jumlah/ nilai iklan maka semakin meningkat minat menabung di bank syariah.

#### E. Uji koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Adapun hasil uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) dapat dilihat pada tabel berikut ini.

**Tabel. IV.17**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

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

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.619 <sup>a</sup>	.383	.362	2.198

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Data diolah hasil output Spss Versi 23.0

Pada tabel diperoleh kesimpulan bahwa nilai  $R^2$  (*Adjusted R Square*) sebesar 0,362, menunjukkan bahwa 36,2% variabel religiusitas, lingkungan sosial, dan iklan mempengaruhi minat menabung di bank syariah (Studi kasus Masyarakat Kelurahan Wek V Siborang Padangsidempuan Selatan), sedangkan 63,8% sisanya dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini yaitu: variabel yang telah dibahas oleh peneliti terdahulu seperti, pengetahuan, pengalaman, disposable income dan sebagainya

## F. Uji Hipotesis

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

Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji t) dapat dilihat pada tabel berikut ini.

**Tabel IV.18**  
**Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji t)**

Model	Coefficients <sup>a</sup>				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	7.933	3.735		2.124	.036
X1	.309	.106	.284	2.906	.005
X2	.245	.086	.286	2.863	.005
X3	.174	.065	.238	2.674	.009

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data diolah hasil output Spss Versi 23.0

Pada tabel diperoleh kesimpulan bahwa nilai untuk  $t_{tabel}$  dicari  $(df) = n - k - 1$ , dimana  $n =$  jumlah sampel dan  $k =$  jumlah variabel independen, jadi  $df = 93 - 3 - 1 = 89$ . Dengan pengujian dua sisi (signifikansi = 0,1), maka diperoleh  $t_{tabel}$  sebesar 1,662

Berdasarkan hasil uji signifikansi parsial (uji t) diatas dapat dilihat bahwa pada variabel religiusitas memiliki  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,906 > 1,662$ ) maka  $H_{a1}$  diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh religiusitas terhadap minat menabung masyarakat Kelurahan Wek V Siborang Kec. Padangsidempuan Selatan di Bank Syariah.

Pada variabel lingkungan sosial memiliki  $t_{hitung}$  sebesar 2,863  $t_{tabel}$  sebesar 1,662. sehingga  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,863 > 1,662$ ) maka  $H_{a2}$  diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh lingkungan sosial terhadap minat menabung masyarakat Kelurahan Wek V Siborang Kec. Padangsidempuan Selatan di Bank Syariah.

Pada variabel iklan memiliki  $t_{hitung}$  sebesar 2,674  $t_{tabel}$  sebesar 1,662. sehingga  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,674 > 1,662$ ) maka  $H_{a3}$  diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh iklan terhadap minat menabung masyarakat Kelurahan Wek V Siborang Kec. Padangsidempuan Selatan di Bank Syariah.

#### **b. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)**

Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F) dapat dilihat pada tabel berikut ini.

**Tabel IV. 19**  
**Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F)**

ANOVA <sup>a</sup>					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	267.171	3	89.057	18.435	.000 <sup>b</sup>
Residual	429.947	89	4.831		
Total	697.118	92			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

Sumber: Data diolah hasil output Spss Versi 23.0

Nilai  $F_{\text{tabel}}$  untuk signifikansi  $\alpha = 0.1$  dengan regression df 1= k-1 atau 4-1= 3 (k adalah jumlah variabel) dan residual df 2 adalah 89 (df2= n-k-1) atau 93-3-1= 89 (n adalah jumlah responden dan k adalah jumlah variabel independen) maka hasil yang diperoleh untuk  $F_{\text{tabel}}$  sebesar 2,15

Hasil uji signifikansi simultan (uji F) diatas bahwa nilai  $F_{\text{hitung}}$  sebesar 18,435 sedangkan  $F_{\text{tabel}}$  sebesar 2,15, sehingga  $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$  (18,435 > 2,15) maka  $H_a$  diterima. Selanjutnya, untuk nilai sig. sebesar 0,000 sehingga nilai sig. < 0,1 (0,000 < 0,1) maka  $H_a$  diterima. Jadi, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh religiusitas, lingkungan sosial, dan iklan secara simultan terhadap minat menabung di bank syariah. (Studi kasus Masyarakat Kelurahan Wek V Siborang Padangsidempuan Selatan).

### G. Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini berjudul pengaruh Religiusitas, Lingkungan Sosial, dan Iklan Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah (Studi kasus

Masyarakat Kelurahan Wek V Siborang Padangsidimpuan Selatan). Dari hasil analisis data yang dilakukan pada penelitian ini dengan menggunakan bantuan program SPSS versi 23 diketahui bahwa:

#### 1. Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Menabung

Pada variabel religiusitas memiliki  $t_{hitung}$  sebesar 2,906,  $t_{tabel}$  sebesar 1,662 sehingga  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,906 > 1,662$ ) maka  $H_a$  diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh religiusitas terhadap minat menabung di bank syariah (Studi kasus Masyarakat Kelurahan Wek V Siborang Padangsidimpuan Selatan).

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori yang dipaparkan oleh M. Nur Ghufron dan Rini Risnawati dalam buku yang berjudul teori-teori psikologi menyimpulkan bahwa religiusitas menunjuk pada tingkat ketertarikan individu terhadap agamanya. Hal ini menunjukkan bahwa individu telah menghayati dan menginternalisasikan ajaran agamanya sehingga berpengaruh dalam segala tindakan dan pandangan hidupnya. Dan sesuai dengan teori yang dipaparkan oleh K, dkk yaitu bahwa nilai religiusitas konsumen menyebabkan proses pengambilan keputusan pembelian menjadi perhatian penting.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian terdahulu dari Mufti Arsyidian, bahwa religiusitas pengaruh positif dan signifikan terhadap minat Masyarakat Kecamatan Tulis menabung di bank syariah. Hal ini menunjukkan bahwa dengan Religiusitas masyarakat Kecamatan Tulis yang tinggi akan mendorong mereka untuk memilih

perbankan syariah dalam setiap kegiatannya. Religiusitas masyarakat Kecamatan Tulis yang semakin besar akan mempengaruhi minat menabung di perbankan syariah lebih besar juga.

Hasil penelitian ini dengan penelitian Sayyidatul Magfiroh tidak sejalan menunjukkan bahwa religiusitas tidak berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah dengan nilai signifikansi sebesar  $0,279 > 0,05$ .

Kesimpulan penelitian ini dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh religiusitas terhadap minat menabung masyarakat Kelurahan Wek V Siborang Kec. Padangsidempuan Selatan di Bank Syariah, jadi nilai religiusitas yang tinggi akan mendorong minat masyarakat untuk menabung di bank syariah

## 2. Pengaruh Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung

Pada variabel lingkungan sosial memiliki  $t_{hitung}$  sebesar 2,863  $t_{tabel}$  sebesar 1,662. sehingga  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,906 > 1,662$ ) maka  $H_a$  diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh lingkungan sosial terhadap minat menabung di bank syariah (Studi kasus Masyarakat Kelurahan Wek V Siborang Padangsidempuan Selatan).

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori yang dipaparkan oleh Peter dan Olson didalam buku Vinna Sri Yuniarti yang berjudul perilaku konsumen teori dan praktik menjelaskan bahwa interaksi sosial langsung ini dapat memiliki pengaruh yang kuat pada pengetahuan dan perasaan konsumen tentang produk, toko, atau iklan,

dan pada perilaku pengonsumsian mereka<sup>61</sup>. Lingkungan sosial secara langsung seperti dalam pergaulan sehari-hari dengan orang lain, dengan keluarga, teman-teman, kawan sekolah, sepekerjaan dan sebagainya.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sayyidatul Maghfiroh meneliti dengan judul Pengaruh religiusitas, Pendapatan, dan Lingkungan Sosial, Terhadap Minat Menabung di bank syariah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel lingkungan sosial berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah dengan nilai signifikansi  $0,0001 < 0,05$ . Sedangkan hasil penelitian dari Rif'at Maulidi tidak sejalan menunjukkan bahwa lingkungan Sosial berpengaruh negatif dan tidak signifikan.

Kesimpulan penelitian ini dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh lingkungan sosial terhadap minat menabung masyarakat Kelurahan Wek V Siborang Kec. Padangsidimpuan Selatan di Bank Syariah, jadi nilai lingkungan sosial yang baik akan mendorong minat masyarakat untuk menabung di bank syariah.

### 3. Pengaruh Iklan Terhadap Minat menabung

Pada variabel iklan memiliki  $t_{hitung}$  sebesar 2,674  $t_{tabel}$  sebesar 1,662 sehingga  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,674 > 1,662$ ) maka  $H_a$  diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh iklan terhadap minat menabung di

---

<sup>13</sup> Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku konsumen Teori dan praktik*, (Bandung: Pustaka Setia, 2015), hlm. 205

bank syariah (Studi kasus Masyarakat Kelurahan Wek V Siborang Padangsidempuan Selatan).

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori yang dipaparkan oleh Basu Swastha, di dalam bukunya yang berjudul Manajemen Pemasaran Modren salah satu fungsi iklan yaitu Membujuk dan Mempengaruhi, Periklanan tidak hanya bersifat memberitahu saja tetapi juga bersifat membujuk terutama kepada pembeli- pembeli potensial, dengan menyatakan suatu produk adalah lebih baik dari pada produk lainnya. Jadi iklan sangat mempengaruhi minat nasabah dalam menabung.

Hal ini sejalan dari hasil penelitian dilakukan oleh Indra Siswanti dimana meneliti “Pengaruh Pengetahuan, Agama, Iklan/ Informasi dan Pengalaman Mahasiswa PAI STAIN Salatinga Tentang Sistem Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah” hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara iklan terhadap minat menabung. Arah koefisien regresi bertanda positif, hal ini berarti bahwa peningkatan nilai- nilai iklan/ informasi akan meningkatkan minat menabung. Artinya semakin tinggi nilai- nilai iklan/ informasi yang dimiliki bank syariah maka minat menabung semakin besar. Sedangkan hasil penelitian dari Amalia Ulfa Siregar tidak sejalan menyatakan bahwa variabel iklan tidak berpengaruh secara parsial terhadap minat menabung di bank bank syariah.

Kesimpulan penelitian ini dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh iklan sosial terhadap minat menabung masyarakat Kelurahan Wek V Siborang Kec. Padangsidempuan Selatan di Bank Syariah, jadi iklan yang baik akan mendorong minat masyarakat untuk menabung di bank syariah

#### 4. Pengaruh Religiusitas, Lingkungan Sosial dan Iklan Terhadap Minat Menabung

Secara simultan variabel Religiusitas, Lingkungan Sosial dan Iklan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat menabung dengan  $F_{hitung}$  sebesar 18.435 sedangkan  $F_{tabel}$  sebesar 2,15, sehingga  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $18,435 > 2,15$ ) maka  $H_a$  diterima. Selanjutnya, untuk nilai sig. sebesar 0.000 sehingga nilai sig.  $< 0,1$  ( $0.000 < 0.1$ ) maka  $H_a$  diterima. Jadi, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh dan signifikan variabel religiusitas, lingkungan sosial, dan iklan secara simultan terhadap minat menabung di bank syariah. (Studi kasus Masyarakat Kelurahan Wek V Siborang Padangsidempuan Selatan).

#### **H. Keterbatasan Penelitian**

Pelaksanaan penelitian ini dilakukan dengan langkah- langkah yang disusun sedemikian rupa agar hasil yang diperoleh sebaik mungkin sesuai dengan yang sudah ditetapkan dalam metode penelitian. Namun dalam prosesnya, untuk mendapatkan hasil yang sempurna sangatlah sulit, sebab dalam pelaksanaanya penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan.

Diantara keterbatasan yang dihadapi penulis selama melaksanakan penelitian dan menyusun skripsi ini, yaitu:

- 1) Variabel yang penulis teliti hanya sebatas Religiusitas, Lingkungan Sosial, dan Iklan. Sedangkan banyak faktor lain selain Religiusitas, Lingkungan Sosial, dan Iklan yang mempengaruhi minat menabung di Bank Syariah.
- 2) Dalam penyebaran angket peneliti tidak mengetahui kejujuran para responden dalam semua pertanyaan yang diberikan sehingga mempengaruhi validitas data yang diperoleh.
- 3) Peneliti juga tidak mampu mengontrol semua responden dalam menjawab angket yang diberikan, apakah responden memang menjawab dengan teliti atau hanya asal menjawab.
- 4) Keterbatasan tempat penelitian, yang dimana peneliti hanya bisa meneliti di lingkungan II dan III kelurahan Wek V Padangsidempuan Selatan.

Walaupun demikian, peneliti berusaha sekuat tenaga agar keterbatasan yang dihadapi tidak mengurangi makna penelitian ini. Akhirnya segala upaya, kerja keras, dan bantuan semua pihak skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan diatas mengenai Pengaruh Religiusitas, Lingkungan Sosial, dan Iklan Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah (studi kasus: Masyarakat Kelurahan Wek V Siborang Kec. Padangsidempuan Selatan). Yaitu:

1. Pada variabel religiusitas memiliki  $t_{hitung}$  sebesar 2,906,  $t_{tabel}$  sebesar 1,662 sehingga  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,906 > 1,662$ ) maka  $H_a$  diterima. dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh religiusitas terhadap minat menabung di bank syariah (Studi kasus Masyarakat Kelurahan Wek V Siborang Padangsidempuan Selatan).
2. Pada variabel lingkungan sosial memiliki  $t_{hitung}$  sebesar 2,863  $t_{tabel}$  sebesar 1,662. sehingga  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,863 > 1,662$ ) maka  $H_a$  diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh lingkungan sosial terhadap minat menabung di bank syariah (Studi kasus Masyarakat Kelurahan Wek V Siborang Padangsidempuan Selatan).
3. Pada variabel iklan memiliki  $t_{hitung}$  sebesar 2,674  $t_{tabel}$  sebesar 1,662. sehingga  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,674 > 1,662$ ) dan  $H_a$  diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh iklan terhadap minat menabung di bank syariah (Studi kasus Masyarakat Kelurahan Wek V Siborang Padangsidempuan Selatan).

4. Hasil uji signifikansi simultan (uji F) diatas bahwa nilai  $F_{hitung}$  sebesar 18,435 sedangkan  $F_{tabel}$  sebesar 3,95, sehingga  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $18,435 > 2,15$ ) maka  $H_a$  diterima. Selanjutnya, untuk nilai sig. sebesar 0.000 sehingga nilai sig.  $< 0,1$  ( $0,000 < 0,1$ ) maka  $H_a$  diterima. Jadi, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh religiusitas, lingkungan sosial, dan iklan secara simultan terhadap minat menabung di bank syariah. (Studi kasus Masyarakat Kelurahan Wek V Siborang Padangsidempuan Selatan).

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti memberikan saran- saran sebagai berikut:

1. Bagi pihak bank syariah di kota padangsidempuan harus lebih giat lagi memberikan informasi dan pengetahuan perbankan syariah dan mensosialisasikan bahwa bunga adalah riba dan bagi hasil adalah halal dengan gencar
2. Bagi peneliti selanjutnya di harapkan dapat menambah variabel- variabel lain yang mempengaruhi pengaruh terhadap minat menabung diperbankan syariah lain faktor religiusitas, lingkungan sosial, dan iklan
3. Bagi pembaca diharapkan setelah membaca skripsi ini dapat memberikan kritik dan saran demi kesempurnaan skripsi ini

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Rahman Saleh dan Muhib Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar (Dalam Perpektif Islam)*, Jakarta: Kencana, 2004
- Abudin Nata, *Metodologi Studi Islam*, Jakarta: Rajawali Pers, 2016
- Adiwarman A. Karim, *Bank Islam*, Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2004
- Amalia Ulfa Siregar, “Pengaruh Pengetahuan dan Iklan Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah”, Skripsi, IAIN Padangsidimpuan, 2019
- Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah* Jakarta: Rajawali Pers, 2013
- Basu Swastha, *Manajemen Pemasaran Modren*, Bandung, CV Pustaka Setia, 2000
- Depertemen Agama RI, *Al-qur’an dan Terjemahan*, Jakarta: Pustaka Jaya Ilmu, 2014
- Djaali, *Pisikologi Pendidikan*, Jakarta: Bumi Aksara, 2017
- Djamaluddin Ancok dan Fuad Nashori Suroso, *Psikologi Islam: Solusi Islam Atas Problem-Problem Psikologi*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2005
- Duwi Priyatno, *SPSS 22.00 Pengolah Data Praktis*, Yogyakarta: C.V Andi Offset, 2014
- Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*, Depok: Raja Grafindo Persada, 2015
- Indra Siswanti, “Pengaruh Pengetahuan, Agama, Iklan dan Pengalaman Mahasiswa PAI STAIN Salatiga Tentang Sitem Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah”, Sripsi, STAIN Saatiga, 2015
- Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*, Jakarta: Bumi Aksara, 2004
- Jeann Ellis omrod, *Psikolois Pendidikan membantu membantu siswa tumbuh dan berkembang diteremahkan dari “Educational Pschologi Developing Leamers” oleh Amiry kumara* , Jakarta: Erlangga, 2009
- Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian*, Jakarta: Kencana Pranamedia Group, 2011
- Kasmir, *Manajemen Perbankan Edisi Revisi*, Jakarta: Rajawali Pers, 2012

- M. Dalyono, *Psikologi Pendidikan*, Jakarta: Rineka Cipta, 2012
- M. Nur Ghufron dan Rini Risnawita S, *Teori- Teori Psikologi*, Jogjakarta: Ar-Ruzz Media, 2014
- M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar- Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2012
- Mawardi, Pengaruh Promosi Tabungan Bank Sumsel Babel Syariah Terhadap Minat Menabung Masyarakat Kota Palembang
- Monle Lee dan Carla Johnson, *Prinsip- Prinsip Pokok Periklanan dalam Perspektif Global*, Jakarta: kencana ,2007
- Mudrajad Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis Dan Ekonomi*, Jakarta: Erlangga: 2013
- Mufti Arsyidian, “Pengaruh Presepsi, Tingkat *Religiusitas* dan *disposable Income* Terhadap Minat Menabung (Studi Kasus Masyarakat Kecamatan Tulis)”, Skripsi, UIN Walisongo, 2019
- Muhammad Aries, dkk “Pengaruh *word of mouth* Terhadap Minat Beli Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian”,*Jurnal Administrasi Bisnis*, Volume 60, No. 3, Juli 2018
- M. Quraish Shihab, *Tafsir Al Mishbah*, Jakarta: LenteraHati, 2012
- Napitupulu, Rodame Monitorir, “Pengaruh Usability, Information dan Service Interaction Terhadap Minat Beli pada Pasar Virtual.” *jurnal Iqtisaduna* Volume 4 No. 2, 2018
- Nur Asnawi & Masyuri, *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*, Malang: UIN-Maliki Prees, 2011
- Nur Ismail Riskyono, “Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Iklan dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Menabung di Bank syariah”, Skripsi, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2017.
- Philip Kotler, dan Gary Armstrong *Prinsip- Prinsip Pemasaran*, Alih Bahasa: Bob. Sabran Jakarta: Penerbit Erlangga, 2008
- Riduwan, *Dasar- Dasar Statistika*, Bandung: Alfabeta, 2013

- Rif'at Maulidi, "Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Menggunakan Bank Syariah" (Skripsi, IAIN Salatiga, 2018
- Sayyidatul Maghfiroh, "Pengaruh Religiusitas, Pendapatan, Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Pada Santri Pesantren Mahasiswa Darush Shalihat", Skripsi, Universitas Negeri Yogyakarta, 2018
- Siregar, Budi Gautama, "Pengaruh Promosi dan Lokasi Usaha Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Produk Giro Wadi'ah di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan". Dalam *Jurnal Tazkir : Penelitian Ilmu- Ilmu Sosial dan Keislaman*, Volume 02. No.2, 2016.
- Sisca Damayanti, "Pengaruh Pandangan Islam, pelayanan, Dan keamanan terhadap Minat Nasabah Menabung diBank Syariah Mandiri Cabang x," dalam *Jurnal Manajemen dan pemasaran Jasa*, Volume 9, No 1, 2016
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2010
- Syofian Siregar, *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: Bumi Aksara, 2014
- Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku konsumen Teori dan praktik*, Bandung: Pustaka Setia, 2015
- W. Gulo, *Metodologi Penelitian*, Jakarta: PT Grasindo, 2010

## **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

### **A. IDENTITAS PRIBADI**

1. Nama Lengkap : Aminah Lubis
2. Nama Panggilan : Minah
3. Tempat/ Tgl. Lahir : Padangsidimpuan, 6 Juni 1998
4. Agama : Islam
5. Jenis Kelamin : Perempuan
6. Anak Ke : 2 (Dua) dari 4 (Empat) bersaudara
7. Alamat : Jl. Imam Bonjol No. 63 Kec. Padangsidimpuan  
Selatan, Kota Padangsidimpuan, Prov. Sumatera  
Utara.
8. Kewarganegaraan : Indonesia
9. No. Telepon/ Hp : 0823 21077281

### **B. LATAR BELAKANG PENDIDIKAN**

1. SD Muhammadiyah 2 Padangsidimpuan (2004-2010)
2. MTS Muhammadiyah 2 Padangsidimpuan (2010-2013)
3. MAN 1 (Madrasah Aliyah Negeri 1) Padangsidimpuan (2013-2016)
4. Program Sarjana (S-1) Perbankan Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidimpuan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (2016-2020)

### **C. IDENTITAS ORANG TUA**

- Nama Ayah : Parlindungan Lubis, S.H  
Pekerjaan : Wiraswasta  
Nama Ibu : Maryam Batubara  
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga

## **SURAT VALIDASI ANGKET**

Menerangkan bahwa yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Isa, ST., MM

Telah memberikan pengamatan dan masukan terhadap angket untuk kelengkapan penelitian yang berjudul:

**Pengaruh Religiusitas, Lingkungan Sosial dan Iklan Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus: Masyarakat kelurahan Wek V Siborang kec. Padangsidimpuan Selatan)**

Yang disusun oleh:

Nama : Aminah Lubis

Nim : 16 401 00003

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Perbankan Syariah-1

Adapun masukan saya adalah sebagai berikut:

- 1.
- 2.
- 3.

Dengan harapan masukan dan penilaian yang saya berikan dapat dipergunakan untuk menyempurnakan dan memperoleh kualitas angket yang baik.

Padangsidimpuan                      2020

Muhammad Isa, ST., MM

**LEMBAR VALIDASI**  
**ANGKET RELIGIUSITAS (X1)**

Petunjuk :

1. Kami mohon kiranya Bapak/Ibu memberikan penilaian ditinjau dari aspek soal-soal yang kami susun.
2. Berilah tanda *checklist* (√) pada kolom V (valid), VR (valid dengan revisi), dan TV (tidak valid) pada tiap butir soal.
3. Untuk revisi Bapak/Ibu dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar soal terlampir.

<b>Indikator</b>	<b>No Soal</b>	<b>V</b>	<b>VR</b>	<b>TV</b>
Keyakinan	1 dan 2			
Pengalaman	3 dan 4			
Pengetahuan agama	5 dan 6			
Praktik agama	7 dan 8			
Konsekuensi	9			

Catatan:

Padangsidempuan                      2020  
Validator

Muhammad Isa, ST., MM

**LEMBAR VALIDASI**  
**ANGKET LINGKUNGAN SOSIAL (X2)**

Petunjuk :

1. Kami mohon kiranya Bapak/Ibu memberikan penilaian ditinjau dari aspek soal-soal yang kami susun.
2. Berilah tanda *checklist* (√) pada kolom V (valid), VR (valid dengan revisi), dan TV (tidak valid) pada tiap butir soal.
3. Untuk revisi Bapak/Ibu dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar soal terlampir.

<b>Indikator</b>	<b>No Soal</b>	<b>V</b>	<b>VR</b>	<b>TV</b>
Lingkungan keluarga	1, 2 dan 3			
Lingkungan Masyarakat	4, 5 dan 6			
Lingkungan Pekerjaan	7 dan 8			

Catatan:

Padangsidimpuan                      2020  
Validator

Muhammad Isa, ST., MM

**LEMBAR VALIDASI**  
**ANGKET IKLAN (X3)**

Petunjuk :

1. Kami mohon kiranya Bapak/Ibu memberikan penilaian ditinjau dari aspek soal-soal yang kami susun.
2. Berilah tanda *checklist* (√) pada kolom V (valid), VR (valid dengan revisi), dan TV (tidak valid) pada tiap butir soal.
3. Untuk revisi Bapak/Ibu dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar soal terlampir.

<b>Indikator</b>	<b>No Soal</b>	<b>V</b>	<b>VR</b>	<b>TV</b>
Dapat menimbulkan perhatian	1 dan 2			
Menarik	3 dan 4			
Dapat menimbulkan keinginan	5 dan 6			
Menghasilkan suatu tindakan	7 dan 8			

Catatan:

Padangsidimpuan                      2020  
Validator

Muhammad Isa, ST., MM

**LEMBAR VALIDASI**  
**ANGKET MINAT MENABUNG DI BANK SYARIAH**

Petunjuk :

1. Kami mohon kiranya Bapak/Ibu memberikan penilaian ditinjau dari aspek soal-soal yang kami susun.
2. Berilah tanda *checklist* (√) pada kolom V (valid), VR (valid dengan revisi), dan TV (tidak valid) pada tiap butir soal.
3. Untuk revisi Bapak/Ibu dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar soal terlampir.

<b>Indikator</b>	<b>No Soal</b>	<b>V</b>	<b>VR</b>	<b>TV</b>
Dorongan dari diri sendiri	1, 2 dan 3			
Motif sosial	4			
Faktor emosional	5, 6,7, dan 8			

Catatan:

Padangsidimpuan                      2020  
Validator

Muhammad Isa, ST., MM

## ANGKET PENELITIAN

Kepada Yth.  
Masyarakat Kelurahan Wek V Siborang Kec. Padangsidimpun selatan  
Di tempat

*Assalamu'alaikum, Wr. Wb.*

Teriring salam dan do'a semoga kita semua tetap dalam lindungan Allah SWT serta selalu sukses dalam menjalankan aktivitas kita, Amin.

Dengan hormat, dengan segala kerendahan hati dan harapan, peneliti mohon kesediaan Bapak/ Ibu/ Saudara/ Saudari untuk mengisi daftar pertanyaan ini dengan sejujurnya sesuai dengan kenyataan yang ada.

Angket ini dibuat untuk memperoleh data yang peneliti butuhkan dalam rangka penelitian tugas akhir/skripsi yang merupakan syarat untuk mencapai gelar sarjana ekonomi dan bidang perbankan syariah dengan judul "Pengaruh Religiusitas, Lingkungan Sosial dan Iklan Terhadap Minat Menabung di bank syariah (Studi Kasus: Masyarakat Kelurahan Wek V Siborang Kec. Padangsidimpun Selatan)".

Atas kesediaan Masyarakat kelurahan Wek V Siborang kec. Padangsidimpun Selatan meluangkan waktu membantu saya mengisi angket ini saya ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Padangsidimpun 2020

Hormat saya

Aminah Lubis  
16 401 00003

## ANGKET PENELITIAN

### PENGARUH RELIGIUSITAS, LINGKUNGAN SOSIAL DAN IKLAN TERHADAP MINAT MENABUNG DI BANK SYARIAH (Studi kasus: Masyarakat Kelurahan Wek V Siborang Kec. Padangsidempuan Selatan)

#### I. IDENTITAS RESPONDEN

Nama :  
Jenis Kelamin :  Laki-laki  Perempuan  
Usia :  
Alamat :  
Pekerjaan :  
Agama :

#### II. PETUNJUK PENGISIAN

Jawablah pertanyaan berikut dengan memberi tanda *chek list* (√) pada kolom yang sudah disediakan. Setiap butir pernyataan berikut terdiri dari 5 pilihan jawaban. Adapun makna dari jawaban tersebut adalah:

##### Pernyataan Positif

No	Tanggapan Responden	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Kurang setuju (KS)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

### Pernyataan Negatif

No	Tanggapan Responden	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	1
2	Setuju (S)	2
3	Kurang setuju (KS)	3
4	Tidak Setuju (TS)	4
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	5

### III. DAFTAR PERNYATAAN

#### A. Angket Religiusitas (X1)

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Saya meyakini kebenaran al-Qur'an sebagai petunjuk dan pedoman manusia dalam kehidupan di dunia					
2	Saya menabung di bank syariah karena kegiatan bank syariah sesuai dengan prinsip-prinsip syariah yang saya meyakini kebenarannya.					
3	Saya merasa tenang secara batin ketika menggunakan jasa bank syariah					
4	Menurut saya bank syariah tidak menerapkan prinsip syariah dengan baik					
5	Saya sering menghadiri acara pengajian untuk menambah pengetahuan agama					
6	Saya suka membaca buku-buku tentang agama					
7	Saya selalu melaksanakan sholat lima waktu					
8	Saya berusaha menghindari perbuatan yang dilarang agama					
9	Saya meyakini adanya surga dan neraka sebagai tempat kembali					

	yang paling abadi bagi semua umat manusia di bumi.					
--	--	--	--	--	--	--

**B. Angket Lingkungan Sosial (X2)**

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Saya Menggunakan bank syariah karena anggota keluarga saya juga menggunakannya					
2	Saya menggunakan bank syariah karena adanya pengalaman dari anggota keluarga saya sebelumnya					
3	Saya tidak akan menggunakan bank syariah karena banyak keluarga saya yang kecewa dengan bank syariah					
4	Saya sering mendengar informasi-informasi Bank syariah dari teman-teman saya					
5	Saya menggunakan bank syariah karena di pengaruhi oleh peran dan status saya dalam masyarakat					
6	Dengan menggunakan bank syariah akan menaikkan status sosial di masyarakat					
7	Saya menggunakan bank syariah karena dipengaruhi oleh orang-orang di lingkungan tempat saya bekerja					
8	Saya menggunakan bank syariah karena tuntunan pekerjaan					

### C. Angket Iklan (X3)

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Spanduk dan brosur bank syariah sangat kreatif menimbulkan perhatian untuk membacanya					
2	Dalam pengiklankan produk perbankan syariah selalu menggunakan media iklan yang berkualitas					
3	Iklan pada perbankan syariah sangat menarik, jelas, dan sudah menerangkan semua fasilitas yang ada					
4	Spanduk dan brosur bank syariah kurang menarik					
5	Dengan melihat iklan perbankan syariah sudah dapat memahami isi pesan yang disampaikan dan memiliki kesan bahwa produk tersebut lebih baik dari pada produk lain yang sejenis					
6	Saya berkeinginan menjadi nasabah bank syariah setelah melihat iklan bank syariah					
7	Pesan yang disampaikan dalam iklan perbankan syariah sangat mudah dipahami sehingga saya membuka tabungan di bank syariah					
8	Informasi yang saya peroleh dari iklan menjadi panduan saya dalam menabung di bank syariah					

#### D. Angket Minat Menabung di Bank Syariah (Y)

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Saya memutuskan untuk menabung di bank syariah karena ingin menjauhkan diri dari riba					
2	Saya berminat menabung di bank syariah karena produk- produk yang disediakan sangat bervariasi					
3	Saya akan menabung di perbankan syariah karena fasilitasnya yang lengkap dan terjamin keamanannya.					
4	Lingkungan saya mayoritas muslim sehingga saya berminat menjadi nasabah bank syariah					
5	Setelah mengetahui tentang keharaman bunga bank saya memutuskan untuk menggunakan bank syariah					
6	Saya memutuskan untuk tetap menggunakan bank konvensional karena sama saja dengan bank syariah					
7	Saya akan menabung di bank syariah karena menggunakan sistem bagi hasil					
8	Saya berminat menabung di bank syariah karena sesuai dengan ajaran agama saya					

Padangsidempuan,  
Responden

2020

( )

## Lampiran



Dokumentasi dengan Bapak Bahagia pada saat mengisi angket peneliti



Dokumentasi dengan Ibu Sani pada saat mengisi angket peneliti



Dokumentasi dengan masyarakat kelurahan Wek V Kec. Siborang Padangsimpuan Selatan pada saat pengisian angket



Dokumentasi dengan masyarakat kelurahan Wek V Kec. Siborang Padangsimpuan Selatan pada saat pengisian angket



Dokumentasi dengan masyarakat kelurahan Wek V Kec. Siborang Padangsimpunan Selatan pada saat pengisian angket



Dokumentasi dengan Ibu Faedah pada saat mengisi angket peneliti



Dokumentasi dengan Ibu Fitri pada saat mengisi angket peneliti



Dokumentasi dengan masyarakat kelurahan Wek V Kec. Siborang Padangsimpunan Selatan pada saat pengisian angket



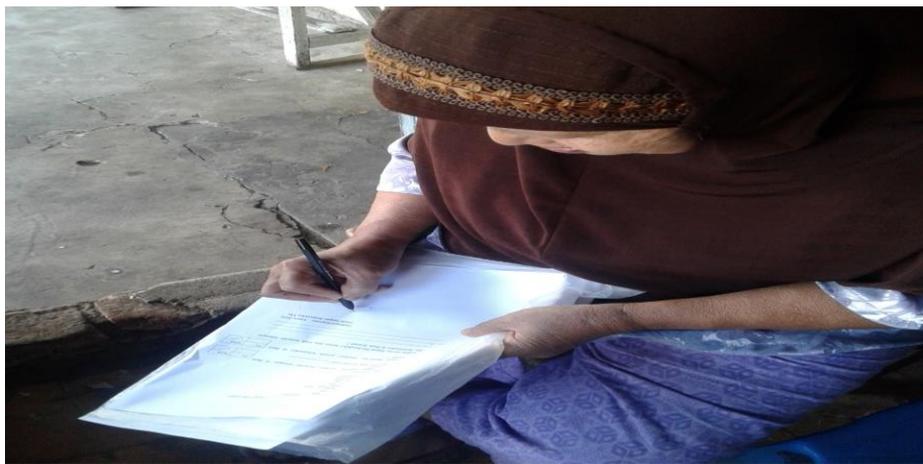
Dokumentasi dengan Ibu Nurasniani pada saat mengisi angket peneliti



Dokumentasi dengan Ibu Adella pada saat mengisi angket peneliti



Dokumentasi dengan masyarakat kelurahan Wek V Kec. Siborang Padangsimpun Selatan pada saat pengisian angket



Dokumentasi dengan Ibu Mahrani pada saat mengisi angket peneliti



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan T. Rizal Nurdin Km 4.5 Sihitang 22733  
Telepon (0634) 22080 Faksimile (0634) 24022

Nomor: W.9.1 /In 14/G 1/G 4b/TL 00/08/2020  
Hal: Mohon Izin Riset

31 Agustus 2020

Yth; Lurah WEK V Siborang.

Dengan hormat, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan menerangkan bahwa

Nama	Aminah Lubis
NIM	1640100003
Semester	IX (Sembilan)
Program Studi	Perbankan Syariah
Fakultas	Ekonomi dan Bisnis Islam

adalah benar Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan Judul: " Pengaruh Religiusitas, Lingkungan Sosial dan Iklan Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus Masyarakat WEK V Siborang Kecamatan Padangsidempuan Selatan)"

Sehubungan dengan itu, atas bantuan Bapak/Ibu untuk memberikan izin riset dan data sesuai dengan maksud judul di atas

Demikian surat ini kami sampaikan, atas kerjasama yang baik diucapkan terima kasih.



Wakil Dekan Bidang Akademik

Nasser Hasibuan

Tembusan:  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan



**PEMERINTAH KOTA PADANGSIDIMPUAN  
KECAMATAN PADANGSIDIMPUAN SELATAN  
KELURAHAN WEK V**

**Jl. Kelinci No. 3 Padangsidempuan**

: / /2020  
: **Balasan Izin Riset**

Padangsidempuan, 6 Oktober 2020  
Kepada Yth,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Islam IAIN Padangsidempuan  
Di-  
Padangsidempuan

1 hormat,

bertanda tangan di bawah ini :

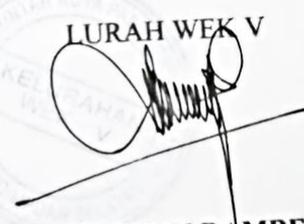
Nama : RIDUAN RAMBE, SH  
NIP : 196503101986031006  
labatan : Lurah Wek V Kec. Padangsidempuan Selatan

n ini menerangkan bahwa:

Nama : AMINAH LUBIS  
NIM : 164010003  
Semester : IX (Sembilan)  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

kami setuju untuk melaksanakan penelitian pada wilayah Kelurahan Wek V Kecamatan  
agsidempuan Selatan Kota Padangsidempuan sebagai syarat Penyusun Skripsi dengan judul "Pengaruh  
iusitas, Lingkungan Sosial dan Iklan Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus : :  
arakat Kelurahan Wek V Padangsidempuan Selatan)"

kian Surat inikami sampaikan,dan atas kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.

LURAH WEK V  
  
-  
**RIDUAN RAMBE, SH**  
NIP. 196503101986031006