

**ANALISIS PENGARUH PENGETAHUAN PRODUK DAN REPUTASI BANK
TERHADAP MINAT MENABUNG DI BANK SUMUT KCP SYARIAH HM**

JONI

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas - Tugas Dan Memenuhi Syarat – Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Program Studi
Perbankan Syariah*



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Oleh :

SUCIROSMADDEWI

NPM. 2101270031

**FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN**

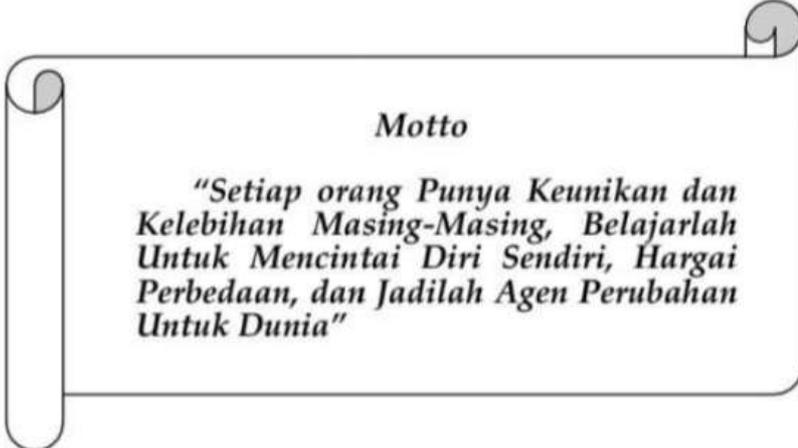
PERSEMBAHAN

Karya Ilmiah ini saya persembahkan kepada Kedua Orang tuaku Tersayang

Ayahanda Jumino Ibunda Rosmaliana

Bambang Syahputra Octaviani Artika

*Abang, Kakak beserta Teman-Teman Kerabat yang sudah mensupport saya.
Terimakasih atas doa, semangat, motivasi, pengorbanan, nasihat serta kasih
sayang yang tidak pernah henti sampai saat ini.*



Motto

*“Setiap orang Punya Keunikan dan
Kelebihan Masing-Masing, Belajarlah
Untuk Mencintai Diri Sendiri, Hargai
Perbedaan, dan Jadilah Agen Perubahan
Untuk Dunia”*

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Suci Rosmadewi
NPM : 2101270031
Jenjang Pendidikan : S1 (Strata Satu)
Program Studi : Perbankan Syariah

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi dengan judul "Analisis Pengaruh Pengetahuan Produk dan Reputasi Bank Terhadap Minat Menabung Dibank Sumut Capem Syariah HM Joni" merupakan karya asli saya. Jika dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini hasil plagiarisme maka saya bersedia ditindak sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Medan, 01 Agustus 2025



Suci Rosmadewi

2101270031

**Analisis Pengaruh Pengetahuan Produk Dan Reputasi Bank Terhadap Minat
Menabung Di Bank Sumut Capem Syariah HM Joni**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas – Tugas Dan Memenuhi Syarat – Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi Perbankan Syariah*

Oleh :

Suci Rosmadewi
NPM : 2101270035

Program Studi Perbankan Syariah

Pembimbing



Dr. Riyan Pradesyah, S.E.Sy., M.E.I

**FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN**

Nomor : Istimewa
Lampiran : 3 (tiga) Exemplar
Hal : Skripsi

Medan, 25 Juni 2025

Kepada Yth: Bapak Dekan Fakultas Agama Islam

**Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
Di Medan**

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, meneliti, dan memberi saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi mahasiswa **Suci Rosmadewi** yang berjudul "**Analisis Pengaruh Pengetahuan Produk Dan Reputasi Bank Terhadap Minat Menabung Di Bank Sumut Capem Syariah HM Joni**". Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini sudah dapat diterima dan di ajukan pada sidang Munaqasah untuk mendapat gelar Strata Satu (S1) dalam Ekonomi Perbankan Syariah pada Fakultas Agama Islam UMSU. Demikianlah kami sampaikan atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing



Dr. Riyan Pradesyah, S.E.Sy., M.E.I



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

UIN (Universitas Islam Negeri) adalah perguruan tinggi yang menyelenggarakan pendidikan Islam dan non-Islam

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/11/2019

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 66224567 - 6631003

<http://fai@umsu.ac.id> fai@umsu.ac.id [umsamedan](https://www.facebook.com/umsamedan) [umsamedan](https://www.instagram.com/umsamedan) [umsamedan](https://www.youtube.com/umsamedan) [umsamedan](https://www.tiktok.com/umsamedan)



BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan
 Fakultas : Agama Islam
 program Studi : Perbankan Syariah
 Jenjang : S1 (Strata Satu)

Ketua Program Studi : Assoc. Prof. Dr. Rahmayati, SE.I,M.E.I
 Dosen Pembimbing : Dr. Riyan Pradesyah,S.E.Sy.,M.E.I

Nama Mahasiswa : Suci Rosmawati
 Npm : 2101270031
 Semester : VIII
 Program Studi : Perbankan Syariah
 Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Pengetahuan Produk Dan Reputasi Bank Terhadap Minat Menabung Di Bank Sumut Capem Syariah HM joni

Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf	Keterangan
20-05-2025	Pembuatan Kuisiener melalui Indikator yang digunakan dalam penelitian/auran Indikator yang digunakan dalam penelitian	<i>[Signature]</i>	
23-05-2025	BAB III - Munculkan Reperstatif sluda yang digunakan dalam penelitian - munculkan hasil pengolahan data torkan dengan angka	<i>[Signature]</i>	

Medan, 25 Juni 2025



Diketahui/Disetujui
Dekan

Muhammad Qorib, MA

Diketahui/ Disetujui
Ketua Program Studi

Assoc. Prof. Dr. Rahmayati, SE.I,M.E.I

Pembimbing Skripsi

Dr. Riyan Pradesyah,S.E.Sy.,M.E.I



UMSU
Unggul | Berprestasi | Berkarya

UIN (Universitas Islam Negeri) adalah lembaga pendidikan Islam yang menyelenggarakan pendidikan dan pengajaran di bidang keislaman dan keagamaan.

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/III/2019
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 66224567 - 6631003

<http://fai@umsu.ac.id> fai@umsu.ac.id [umsamedan](https://www.instagram.com/umsamedan) [umsamedan](https://www.facebook.com/umsamedan) [umsamedan](https://www.youtube.com/umsamedan)



BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan
 Fakultas : Agama Islam
 program Studi : Perbankan Syariah
 Jenjang : S1 (Strata Satu)

Ketua Program Studi : Assoc. Prof. Dr. Rahmayati, SE.I,M.E.I
 Dosen Pembimbing : Dr. Riyan Pradesyah,S.E.Sy.,M.E.I

Nama Mahasiswa : Suci Rosmadewi
 Npm : 2101270031
 Semester : VIII
 Program Studi : Perbankan Syariah
 Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Pengetahuan Produk Dan Reputasi Bank Terhadap Minat Menabung Di Bank Sumut Capem Syariah HM joni

Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf	Keterangan
24-05-2025	BAB II - pada bagian Hasil yang di mana pada ambil penyam bulan keputus yang di lakukan.	pk	
26-05-2025	BAB II - Munculkan fungsi pada y'e dan y'p yang ada pada y'e dan y'p	pk	

Medan, 25 Juni 2025

Diketahui/Disetujui
Dekan

Diketahui/ Disetujui
Ketua Program Studi

Pembimbing Skripsi



Muhammad Qorib, MA

Assoc. Prof. Dr. Rahmayati, SE.I,M.E.I

Dr. Riyan Pradesyah,S.E.Sy.,M.E.I



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

The Muhammadiyah spirit is everywhere
Kembangkan keunggulannya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 99/SK/BAN-PT/Akred/PT/11/2019
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 66224567 - 6631003

<http://fai@umsu.ac.id> fai@umsu.ac.id [umsamedan](https://www.facebook.com/umsamedan) [umsamedan](https://www.instagram.com/umsamedan) [umsamedan](https://www.youtube.com/umsamedan)



BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan
Fakultas : Agama Islam
program Studi : Perbankan Syariah
Jenjang : S1 (Strata Satu)

Ketua Program Studi : Assoc. Prof. Dr. Rahmayati, SE,I,M.E.I
Dosen Pembimbing : Dr. Riyan Pradesyah,S.E.Sy.,M.E.I

Nama Mahasiswa : Suci Rosmadewi
Npm : 2101270031
Semester : VIII
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Pengetahuan Produk Dan Reputasi Bank Terhadap Minat Menabung Di Bank Sumut Capem Syariah HM joni

Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf	Keterangan
18-06-2025	Bimb IV - pembahasan yang dimana kita pada bimb IV harus sesuai dengan dengan uraian yang diuraikan oleh paraf	RF	
19-06-2025	Bimb V - kesimpulan singkat dan sesuai dengan rumus masalah yang diuraikan oleh paraf	RF	

Medan, 25 Juni 2025

Diketahui/Disetujui

Dekan



Dr. Muhammad Qorb, MA

Diketahui/ Disetujui

Ketua Program Studi

Assoc. Prof. Dr. Rahmayati, SE,I,M.E.I

Pembimbing Skripsi

Dr. Riyan Pradesyah,S.E.Sy.,M.E.I



UMSU
Unggul | Cerdas | Berprestasi

Elle mengemban surat ke agas chesidhan
Nunna dan berprestasi

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 99/SK/BAN-PT/Akred/PT/III/2019
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20218 Telp. (061) 66224567 - 6631003

<http://fai@umsu.ac.id> fai@umsu.ac.id [umsumedan](https://www.instagram.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.facebook.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.youtube.com/umsumedan)



BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan
 Fakultas : Agama Islam
 program Studi : Perbankan Syariah
 Jenjang : S1 (Strata Satu)

Ketua Program Studi : Assoc. Prof. Dr. Rahmayati, SE,I,M.E.I
 Dosen Pembimbing : Dr. Riyan Pradesyah,S.E.Sy.,M.E.I

Nama Mahasiswa : Suci Rosmadewi
 Npm : 2101270031
 Semester : VIII
 Program Studi : Perbankan Syariah
 Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Pengetahuan Produk Dan Reputasi Bank Terhadap Minat Menabung Di Bank Sumut Capem Syariah HM joni

Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf	Keterangan
20-06-2025	- pabanku elabrak penelitian. mulutka tifer penelitian kotal dan kotal. - bat elasa elasa umsu.	pf	
02-07-2025	Re selay moga tifer	pf	

Medan, 25 Juni 2025



Diketahui/ Disetujui
Ketua Program Studi

Assoc. Prof. Dr. Rahmayati, SE,I,M.E.I

Pembimbing Skripsi

Dr. Riyan Pradesyah, S.E.Sy., M.E.I

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI



Telah selesai di berikan bimbingan dalam penulisan skripsi sehingga naskah skripsi ini telah memenuhi syarat dan dapat di setujui untuk di pertahankan dalam ujian skripsi oleh :

NAMA MAHASISWA : Suci Rosmadewi
NPM : 2101270031
PROGRAM STUDI : Perbankan Syariah
JUDUL SKRIPSI : Analisis Pengaruh Pengetahuan Produk Dan Reputasi Bank Terhadap Minat Menabung Di Bank Sumut Syariah

Medan, 25 Juni 2025

Pembimbing

Dr. Riyan Pradesyah, S.E.Sy., M.E.I

DI SETUJUI OLEH:
KETUA PROGRAM STUDI

Assoc. Prof. Dr. Rahmayati, SE.I, M.E.I



Dekan

Prof. Dr. Muhammad Qorib, MA



UMSU
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PESAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Hasri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 66224567 - 6631003
<http://ia@umsu.ac.id> ia@umsu.ac.id [umsumedan](#) [umsumedan](#) [umsumedan](#) [umsumedan](#)



LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skrripsi ini disusun oleh

Nama Mahasiswa : **Suci Rosmadewi**
NPM : **2101270031**
Program Studi : **Perbankan Syariah**
Judul Skripsi : **Analisis Pengaruh Pengetahuan Produk Dan Reputasi Bank Terhadap Minat Menabung Di Bank Sumut Capem Syariah HM Joni**

Disetujui dan memenuhi persyaratan untuk diajukan dalam ujian mempertahankan skripsi.

Medan, 25 Juni 2025

Pembimbing

Dr. Riyan Pradesyah, S.E.Sy., M.E.I

DISETUJUI OLEH
KETUA PROGRAM STUDI

Assoc. Prof. Dr. Rahmayati, SE.I, M.E.I

Dekan,



Prof. Dr. Muhammad Qorib, MA

PEDOMAN TRANSLITERASI

Pedoman Transliterasi Arab Latin yang merupakan hasil keputusan bersama (SKB) Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan R.I. Nomor: 158 Tahun 1987 dan Nomor: 0543b/U/1987.

1. Konsonan

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin dapat dilihat pada halaman berikut:

Huruf arab	Nama	Huruf latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ša	Š	Es (dengan titik diatas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	Ḥ	Ha (dengan titik diatas)
خ	Kha	Kh	Ka dan Ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	Zet (dengan titik diatas)
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	Dad	Ḍ	De (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	Ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	Z	Zet (dengan titik di bawah)
ع	‘Ain	‘	apostrof terbalik
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qof	Q	Qi
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

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (’).

2. Vokal

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

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

Tanda	Nama	Huruf latin	Nama
اَ	<i>Fathah</i>	A	A
اِ	<i>Kasrah</i>	I	I
اُ	<i>Dammah</i>	U	U

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

Tanda	Nama	Huruf latin	Nama
اِي	Fathah dan ya	Ai	A dan I
اُو	Fathah dan wau	Au	A dan U

Contoh:

كَيْفَ : *kaifa*

هَوَّلَ : *haulā*

3. Maddah

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

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan tanda	Nama
اَ ... اِ ...	<i>fathah</i> dan <i>alif</i> atau ya	ā	a dan garis di atas

ي	<i>kasrah dan ya</i>	ī	i dan garis di atas
و	<i>ḍammah dan wau</i>	ū	u dan garis di atas

Contoh:

مَاتَ : *māta*

رَمَى : *ramā*

قِيلَ : *qīla*

يَمُوتُ : *yamūtu*

4. *Ta marbūṭah*

Transliterasi untuk *ta marbūṭah* ada dua, yaitu: *ta marbūṭah* yang hidup atau mendapat harkat *fathah*, *kasrah*, dan *ḍammah*, transliterasinya adalah [t]. Sedangkan *ta marbūṭah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang berakhir dengan *ta marbūṭah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta marbūṭah* itu ditransliterasikan dengan ha (h). Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *rauḍah al-aṭfāl*

الْمَدِينَةُ الْفَائِلَةُ : *al-madīnah al-fāḍilah*

الْحِكْمَةُ : *al-ḥikmah*

5. *Syaddah (Tasydīd)*

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

Contoh:

رَبَّنَا : *rabbānā*

نَجَّيْنَا : *najjainā*

الْحَقُّ : *al-ḥaqq*

الْحَجُّ : *al-ḥajj*

نُعِمْ : *nu‘ima*

عَدُوُّ : *‘aduwwun*

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

Contoh:

عَلِيٌّ : ‘Alī (bukan ‘Aliyy atau ‘Aly)

عَرَبِيٌّ : ‘Arabī (bukan ‘Arabiyy atau ‘Araby)

6. Kata Sandang

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

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

الزَّلْزَلَةُ : *al-zalزالah* (*az-zalزالah*)

الْفَلْسَفَةُ : *al-falsafah*

الْبِلَادُ : *al-bilādu*

7. *Hamzah*

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

تَأْمُرُونَ : *ta'murūna*

النَّوْءُ : *al-nau'*

شَيْءٌ : *syai'un*

أَمْرٌ : *umirtu*

8. Penulisan Kata Arab yang Lazim digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari pembendaharaan bahasa Indonesia, atau sudah sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya kata *Al-Qur'an* (dari *al-Qur'ān*), *Sunnah*, *khusus* dan *umum*. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka mereka harus ditransliterasi secara utuh. Contoh:

Fī Zilāl al-Qur’ān

Al-Sunnah qabl al-tadwīn

Al-‘Ibārāt bi ‘umūm al-lafz lā bi khuṣūṣ al-sabab

9. *Lafz al-Jalālah* (الله)

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

بِإِلَهِهِ *dīnullāh* بِاللهِ *billāh*

Adapun *ta marbūṭah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafz al-jalālah*, ditransliterasi dengan huruf [t]. Contoh:

هُمُفِيْرَ حَمَةِ اللهِ *hum fī raḥmatillāh*

10. Huruf Kapital

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

dari judul referensi yang didahului oleh kata sandang al-, baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan (CK, DP, CDK, dan DR). Contoh:

Wa mā Muḥammadun illā rasūl

Inna awwala baitin wuḍi‘a linnāsi lallaẓī bi Bakkata mubārakan

Ṣyahru Ramaḍān al-laẓī unzila fih al-Qur‘ān

Naṣīr al-Dīn al-Ṭūsī

Abū Naṣr al-Farābī

Al-Gazālī

Al-Munqiz min al-Ḍalāl

ABSTRAK

Suci Rosmadewi, 2101270031, “Analisis Pengaruh Pengetahuan Produk dan Reputasi Bank Terhadap Minat Menabung di Bank Sumut Capem Syariah HM Joni” Dr. Riyan Pradesyah, S.E.Sy., M.E.I

Penelitian ini bertujuan (1) untuk mengetahui pengaruh pengetahuan produk terhadap minat menabung di Bank Sumut Syariah, (2) untuk mengetahui reputasi bank terhadap minat menabung di Bank Sumut Syariah, dan (3) untuk menganalisis secara simultan pengaruh pengetahuan produk dan reputasi bank terhadap minat menabung di Bank Sumut Syariah. Lokasi penelitian dilaksanakan di Bank Sumut Capem Syariah HM Joni Kecamatan Medan Area jl. HM. Joni. No.15, kota Medan, provinsi Sumatra Utara. Metode penelitian ini adalah kuantitatif, dengan bantuan software SPSS. Berdasarkan kuesioner yang disebarakan kepada responden sebanyak 97, menunjukkan bahwa pengetahuan produk memiliki pengaruh dan signifikan terhadap minat menabung sebesar 23,2%. Kemudian reputasi bank memiliki pengaruh dan signifikan terhadap minat menabung sebesar 76,4%. Sedangkan secara simultan menunjukkan bahwa pengetahuan produk dan reputasi bank berpengaruh dan signifikan terhadap minat menabung sebesar 12.1% sedangkan sisanya sebesar 87.9% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam variabel penelitian.

Kata kunci: Pengetahuan Produk, Reputasi bank, dan Minat Menabung

ABSTRACK

Suci Rosmadewi, 2101270031, analysis of the influence of product knowledge and bank reputation on interest in saving at Bank Sumut a Sharia branch HM Joni Dr. Riyan Pradesyah, S.E.Sy., M.E.I

This study aims to (1) determine the influence of product knowledge on interest in saving at Bank Sumut Syariah, (2) to determine the bank's reputation on interest in saving at Bank Sumut Syariah, and (3) to simultaneously analyze the influence of product knowledge and bank reputation on interest in saving at Bank Sumut Syariah. The location of the study was carried out at Bank Sumut a sharia branch HM Joni, Medan Area District, Jl. HM. Joni. No.15, Medan City, North Sumatra Province. This research method is quantitative, with the help of SPSS software. Based on the questionnaire distributed to 97 respondents, it shows that product knowledge has an influence and is significant on interest in saving by 23.2%. Then the bank's reputation has an influence and is significant on interest in saving by 76.4%. While simultaneously showing that product knowledge and bank reputation have an influence and are significant to the interest in saving by 12.1% while the remaining 87.9% is explained by other variables not included in the research variables.

Keywords: *Product Knowledge, Bank Reputation, and Interest in Saving*

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh

Dengan mengucapkan puji syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kepada Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya. Shalawat dan salam penulis haturkan kepada Nabi Muhammad SAW yang menjadi suri tauladan kita sepanjang zaman, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini. Skripsi ini merupakan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata-1 (S1) Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Skripsi ini diajukan dengan judul ***“Analisis Pengaruh Pengetahuan Produk dan Reputasi Bank Terhadap Minat Menabung Dibank Sumut Capem Syariah HM Joni.”***

Selama penyusunan skripsi ini, penulis banyak mendapatkan saran, bimbingan serta arahan baik langsung maupun tidak langsung. Dalam kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini. Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Yang Istimewa kepada kedua orang tua penulis Ayahanda Jumino dan Ibunda Rosmaliana yang telah memberikan kasih sayang yang sangat besar, membesarkan, mendidik serta memberikan dukungan, doa, semangat dan material sehingga penulis dapat menyelesaikan dan menyusun skripsi ini.
2. Bapak Prof. Dr. Agussani, M.A.P selaku rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
3. Bapak Assoc. Prof. Dr. Muhammad Qorib , MA selaku Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Bapak Assoc. Prof. Dr. Zailani, S.Pd.I, MA selaku Wakil Dekan I Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak Assoc. Prof. Dr. Munawir Pasaribu, S.Pd.I, MA selaku Wakil Dekan III Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Ibu Assoc. Prof. Dr. Rahmayati, SE.I,M.E.I selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

7. Bapak Dr. Riyan Pradesyah, S.E.Sy., M.E.I selaku Sekretaris Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara serta selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, arahan dan saran sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.
8. Bapak Sapto Adi Nugroho selaku pimpinan PT. Bank Sumut Capem Syariah HM Joni Medan, yang telah bersedia memberikan izin serta dukungan kepada penulis selama menyelesaikan skripsi ini
9. Seluruh Bapak/Ibu Dosen, Biro Fakultas Agama Islam dan Staff Pengajar Fakultas Agama Islam Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah membekali penulis dengan ilmu pengetahuan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini dalam hal penyajian masih dapat banyak kelemahan dan kekurangan, oleh karena itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi penyempurnaan skripsi ini. Dengan segala kerendahan hati, penulis memohon doa dan restu agar ilmu yang diberikan dapat bermanfaat dan memberikan keberkahan bagi penulis. Aamiin

Wassalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Medan, 15 Juni 2025

Suci Rosmadewi
NPM. 2101270031

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRAC	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah.....	4
C. Rumusan Masalah.....	5
D. Tujuan Penelitian	5
E. Manfaat Penelitian	5
F. Sistematika Penulisan	6
BAB II LANDASAN TEORITIS	7
A. Kajian Pustaka	7
1. Pengetahuan Produk.....	7
a. Pengertian Pengetahuan Produk.....	7
b. Produk- Produk Bank Syariah.....	8
c. Indikator Pengetahuan Produk	11
2. Reputasi Bank	12
a. Pengertian Reputasi Bank.....	12
b. Indikator Reputasi Bank.....	13
3. Minat Menabung	13
a. Pengertian Minat Menabung	13
b. Indikator Minat Menabung.....	14
B. Kajian Penelitian Terdahulu	14
C. Kerangka Pemikiran	17
D. Hipotesis	18
BAB III METODE PENELITIAN	19
A. Pendekatan penelitian	19
B. Lokasi dan Waktu penelian.....	19
1. Lokasi Penelitian.....	19

2. Rencana Penelitian.....	19
C. Populasi Dan Sampel.....	20
1. Populasi.....	20
2. Sampel	20
D. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	21
1. Variabel Penelitian	21
2. Definisi Operasional Variabel.....	21
E. Teknik Pengumpulan Data.....	24
1. Observasi.....	24
2. Kuesioner atau Angket.....	24
F. Instrumen Penelitian	24
G. Teknik Analisis Data.....	26
1. Uji Kualitas Data.....	26
a. Uji Validitas	26
b. Uji Reliabilitas.....	26
2. Asumsi Klasik.....	27
a. Uji Normalitas	27
b. Uji Heteroskedastisitas	27
c. Uji Multikolinearitas.....	27
d. Uji Regresi Linier berganda	28
3. Uji Hipotesis.....	28
a. Uji T	28
b. Uji F.....	29
c. Uji Koefisien Determinan (<i>R-Square</i>).....	29
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	30
A. Hasil Penelitian.....	30
1. Sejarah Singkat PT. Bank Sumut	30
2. Visi dan Misi PT. Bank Sumut Syariah	32
a. Visi PT. Bank Sumut Syaiah.....	32
b. Misi PT. Bank Sumut Syariah.....	32
3. Statement Budaya PT. Bank Sumut Syariah.....	32

4. Deskripsi Data Responden	33
a. Karakteristik Berdasarkan Usia Responden.....	33
b. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin Responden.....	33
c. Karakteristik Berdasarkan Pendidikan Responden	34
d. Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan Responden.....	34
B. Hasil Penelitian.....	35
1. Uji Kualitas Data.....	35
a. Uji Validitas	35
b. Uji Reliabilitas.....	37
2. Uji Asumsi Klasik.....	37
a. Uji Normalitas	37
b. Uji Heteroskedastisitas	38
c. Uji Multikolinieritas	39
d. Analisis Regresi Linier Berganda.....	39
3. Uji Hipotesis.....	40
a. Uji parsial (T)	41
b. Uji Simultan (F).....	42
c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	42
C. Interpretasi Hasil Penelitian.....	43
BAB V PENUTUP.....	45
A. KESIMPULAN.....	45
B. SARAN.....	45
DAFTAR PUSTAKA.....	47

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Peningkatan Nasabah	2
Tabel 2.1	Penelitian yang Relevan.....	14
Tabel 3.1	Rencana penelitian	19
Tabel 3.2	Operasional Variabel.....	22
Tabel 3.3	Instrumen Penelitian.....	24
Tabel 3.4	Kisi-Kisi pernyataan.....	25
Tabel 4.1	Responden Berdasarkan Usia.....	33
Tabel 4.2	Responden Berdasarkan Jenis kelamin	33
Tabel 4.3	Responden Berdasarkan Pendidikan	34
Tabel 4.4	Responden Berdasarkan pekerjaan.....	34
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas	35
Tabel 4.6	Hasil Uji Reliabilitas	37
Tabel 4.7	Hasil Uji Normalitas.....	38
Tabel 4.9	Hasil Uji Multikolinieritas.....	39
Tabel 4.10	Hasil Uji Regresi Linier Berganda	40
Tabel 4.11	Hasil Uji Parsial	41
Tabel 4.12	Hasil Uji Simultan.....	42
Tabel 4.13	Hasil Uji Koefisien Determinasi	42

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran	17
Gambar 4.8 Hasil Uji Heteroskedastisitas	38

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di Indonesia bank syariah awal didirikan pada tahun 1992 diisyaratkan dengan beroperasinya bank muamalat Indonesia (BMI). Pada tahun 1992 – 1998 hanya ada satu bank syariah di Indonesia. Kemudian pada tahun 1999 jumlahnya meningkat menjadi tiga unit. Selain itu, juga ada beberapa unit BPRS (Bank Perkreditan Rakyat Syariah). Hal tersebut pun menunjukkan bahwa perkembangan bank syariah terjadi begitu pesat. Perkembangan dan pertumbuhan perbankan syariah di Indonesia semakin mendapatkan perhatian positif, yang didukung oleh pengawasan regulasi oleh otoritas yang dapat meningkatkan eksistensi perbankan syariah yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah. Begitu pula berbagai produk yang ditawarkan kepada para nasabah baik dalam bentuk penghimpunan maupun pembiayaan dan produk jasa lainnya pada bank syariah. (Munawaroh et al., 2024)

Bank Pembangunan Daerah Sumatera Utara (BPDSU) atau disingkat PT Bank Sumut didirikan pada tanggal 04 November 1961 berdasarkan akta Notaris Roesli No.22 Tanggal 04 November 1961 dalam bentuk Bank Umum Milik Daerah (BUMD) berdasarkan UU No.13 tahun 1962 tentang ketentuan pokok bank pembangun daerah. Sejalannya waktu sampai dengan tahun 2024 ini PT Bank Sumut Syariah telah memiliki 22 kantor Operasional yang terdiri dari 5 Kantor cabang dan 17 kantor cabang pembantu yang tersebar di medan dan kota-kota besar lainnya di Sumatera Utara (Hasanah, 2023).

Perkembangan teknologi yang pesat dan era globalisasi ini industri perbankan mengalami perubahan yang signifikan, terutama dalam hal kompetisi dan inovasi produk. Bank Sumut Syariah sebagai salah satu lembaga keuangan yang beroperasi di Indonesia, khususnya di Sumatera Utara. Bank Sumut Syariah memiliki peran yang penting dalam menyediakan layanan perbankan yang sesuai dengan prinsip syariah. Namun, meskipun terdapat banyak produk menarik yang ditawarkan minat masyarakat untuk menabung di bank Sumut Syariah masih terbilang rendah (Munawaroh et al., 2024).

Asset bank sumut syariah terbilang masih cukup rendah dan juga pangsa pasar yang masih tertinggal dengan bank konvensional, begitu pula dengan informasi produk-produk dan layanan di bank sumut syariah juga masih memiliki daya saing yang rendah. Hal ini diakibatkan dari akses produk yang terbatas, harga produk yang kurang kompetitif, dan maupun kualitas yang lebih rendah. sehingga hal ini menunjukkan bahwa masyarakat belum sepenuhnya tertarik untuk menggunakan bank sumut syariah padahal salah satu potensi utama ialah mayoritas penduduk Indonesia adalah umat muslim. Pada tahun 2022 bank syariah baru mencapai 59,93 juta rekening nasabah atau hanya sekitar 10% sementara bank konvensional sudah mencapai 466,93 juta rekening nasabah atau 90% dari jumlah keseluruhan nasabah menggunakan rekening bank konvensional (telkomuniversity, n.d.)

Tabel 1.1

Tabel Peningkatan Nasabah Bank Sumut KCP Syariah HM Joni

Tahun	Jumlah Nasabah	Peningkatan
2020	1.960 Orang	-
2021	2.165 Orang	205
2022	2.340 Orang	175
2023	2.600 Orang	260
2024	3.059 Orang	459

Jumlah nasabah terus meningkat setiap tahun, namun pada tahun 2022 terdapat penurunan minat menabung di Bank Sumut Syariah. Hal ini menunjukkan terdapat keraguan masyarakat terhadap bank sumut syariah. Pengetahuan produk perbankan syariah menjadi salah satu factor penting dalam mempengaruhi Keputusan nasabah untuk berinvestasi atau menabung Tingkat pengetahuan dan pemahaman Masyarakat terhadap produk dan layanan bank sumut syariah disebut dengan persepsi terhadap produk tersebut. (Mughtar & Saleh, 2022)

Sejumlah ekonom muslim menyatakan bahwa rendahnya pemahaman Masyarakat terhadap produk dan operasional bank syariah menjadi salah satu kendala yang dihadapi pengembang bank syariah. Akibatnya, perlu untuk menyelidiki sejauh mana pemahaman Masyarakat tentang produk dan layanan bank syariah akan mempengaruhi Keputusan investasi dan penarikan dana dari bank syariah.

Bank sumut syariah sebagai salah satu entitas perbankan syariah disumatera utara yang menghadapi tantangan untuk meningkatkan minat Masyarakat untuk menabung melalui pemahaman produk dan reputasinya (Maulinda, 2023)

(Muhlis, 2021) Dimana dalam penelitiannya memberikan temuan bahwa pemahaman produk perbankan syariah memiliki hubungan positif terhadap sikap untuk menggunakannya. Permasalahan minat menabung atau membuka Tabungan, telah diteliti beberapa peneliti sebelumnya yang mengaitkan beberapa factor bisa mempengaruhi minat menabung. Dalam kehidupan sehari-hari penting bagi Masyarakat untuk mengenal produk-produk perbankan syariah atau produk dari Lembaga keuangan syariah lainnya untuk mempromosikan perbankan syariah dan Lembaga keuangan syariah lainnya melalui literasi keuangan syariah. Untuk itu diperlukannya keseriusan dari berbagai pihak dalam rangka meningkatkan pertumbuhan perbankan syariah diindonesia.

Pengetahuan mengenai produk yang ditawarkan dapat menjadi pertimbangan bagi nasabah dalam memilih bank. Semakin jelas informasi dari suatu produk yang ditawarkan, maka akan semakin mudah bagi calon nasabah untuk menentukan apakah produk tersebut telah sesuai keinginannya dan dapat memenuhi kebutuhannya. Apabila dianggap telah sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya tentu calon nasabah akan mempertimbangkan untuk menggunakan produk-produk tersebut. Hal ini juga menjadi dampak yang baik bagi perkembangan bank syariah diindonesia. Akan tetapi jumlah nasabah bank syariah masih terlihat masih sedikit jika dibandingkan dengan jumlah warga Masyarakat diindonesia yang beragama islam. Presentase dari keikutsertaan Masyarakat muslim diindonesia hanya 9,13 % dibandingkan dengan jumlah keseluruhan Masyarakat muslim diindonesia. Selain itu reputasi bank juga menjadi dasar penilaian dalam menentukan apakah suatu Perusahaan layak untuk dijadikan mitra Kerjasama atau mengambil layanan produknya, reputasi bank syariah dapat menunjukkan bahwa seberapa jauh bank syariah dipercaya oleh masyarakat. Reputasi memegang peran yang penting dalam menjalin hubungan kemitraan antara bank syariah dengan nasabah. Reputasi bank juga sangat berpengaruh positif yang signifikan terhadap minat dalam memilih bank syariah yang dapat memberikan sinyal informasi bahwa Lembaga keuangan tersebut dapat dipercaya oleh Masyarakat (Hasibuan & Wahyuni, 2020)

Jumlah nasabah bank syariah di Indonesia disetiap tahunnya selalu mengalami peningkatan. Salah satu hal yang mempengaruhinya adalah semakin banyaknya bank di Indonesia ini yang telah mengoperasikan prinsip-prinsip bank syariah didalamnya. Hal ini juga menjadi dampak yang baik bagi perkembangan bank syariah di Indonesia. Akan tetapi jumlah nasabah bank syariah masih terlihat sangat sedikit jika dibandingkan dengan jumlah warga Masyarakat di Indonesia yang beragama Islam. Dengan ini menunjukkan bahwa partisipasi Masyarakat muslim di Indonesia terhadap perkembangan perbankan syariah masih sangat kurang (Ihsan et al., 2022) Oleh karena itu melalui penelitian ini diharapkan dapat ditemukannya Solusi untuk meningkatkan minat menabung di bank syariah yang akhirnya dapat memperkuat posisi bank syariah.

Berdasarkan latar belakang masalah dan fenomena-fenomena yang sudah dijelaskan penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih mendalam dengan judul **Analisis pengaruh pengetahuan produk dan reputasi bank terhadap minat menabung di Bank syariah.**

A. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas peneliti dapat mengidentifikasi masalah-masalah yang terjadi yaitu :

1. Tingkat pengetahuan pada produk bank syariah merupakan masalah utama perbankan syariah. Dimana sampai saat ini pengetahuan Masyarakat terhadap perbankan syariah masih lebih rendah dibandingkan perbankan konvensional.
2. Kurangnya minat Masyarakat muslim yang ada di Indonesia terkait dengan perbankan syariah.
3. Rendahnya informasi dan literasi pada bank syariah dan juga layanan yang masih tertinggal dengan bank konvensional membuat minat Masyarakat menjadi rendah.
4. Masyarakat masih memiliki persepsi yang sama terkait bank syariah dan bank konvensional.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah, Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Apakah ada pengaruh pengetahuan produk terhadap minat menabung di bank sumut syariah ?
2. Apakah ada pengaruh reputasi bank terhadap minat menabung di bank sumut syariah ?
3. Bagaimana pengaruh secara signifikan pengetahuan produk dan reputasi bank terhadap minat menabung di bank sumut syariah ?

C. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah diatas adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk Mengetahui pengaruh pengetahuan produk terhadap minat menabung di bank sumut syariah
2. Untuk mengetahui pengaruh reputasi bank terhadap minat menabung di bank sumut syariah
3. Untuk menganalisis pengaruh secara signifikan pengetahuan produk dan reputasi bank terhadap minat menabung di bank sumut syariah

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada beberapa pihak, yaitu :

1. Manfaat Teoritis

Dengan adanya penelitian pada proposal ini diharapkan dapat menambah pengetahuan, informasi dan wawasan serta perkembangan mengenai pengaruh pengetahuan produk dan reputasi bank terhadap minat menabung di bank sumut syariah

2. Secara Praktis

- a. Bagi Penulis

Hasil penelitian ini digunakan untuk mengaplikasikan ilmu perbankan yang berfokus pada perbankan syariah, serta dapat meningkatkan dan memperdalam wawasan penulis mengenai pengaruh pengetahuan produk dan reputasi bank terhadap minat menabung di bank sumut syariah.

b. Bagi Pembaca

Hasil penelitian ini diharapkan mampu menjadi motivasi sebagai tambahan preferensi, wawasan, informasi serta diharapkan dapat menjadi sumbangan pemikiran bagi peneliti lainnya dengan minat yang sama.

E. Sistematika Penulisan

Penulisan laporan penelitian ini dibagi menjadi lima bab sebagai berikut :

1. Bab I Pendahuluan

Bab ini terdiri dari latar belakang masalah Dimana disini terdapat uraian masalah yang akan diteliti, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

2. Bab II Landasan Teoretis

Bab ini menyajikan kajian Pustaka yang mencakup referensi tentang teori yang mendukung penelitian ini, penelitian-penelitian terdahulu yang telah dilaksanakan baik yang memiliki kesamaan maupun perbedaan, tujuan dari mencantumkan penelitian sebelumnya adalah untuk memberikan kontribusi yang signifikan dan untuk memastikan penelitian ini memiliki arah yang jelas.

3. Bab III Metode penelitian

Bab ini menggambarkan Teknik untuk melakukan investigasi atau pengumpulan data dilakukan dengan menerapkan jenis penelitian kuantitatif. Rancangan penelitian, Lokasi dan waktu penelitian, kehadiran peneliti, tahap penelitian, data dan sumber data, Teknik pengumpulan data, Teknik analisis data, pemeriksaan keabsahan temuan.

4. Bab IV Hasil penelitian dan pembahasan

Penulisan pada bagian ini adalah uraian tentang objek penelitian. Hasil penelitian ini melihat pengaruh pengetahuan produk dan reputasi bank terhadap minat menabung dibank sumut syariah.

5. Bab V Penutup

Pada bagian akhir dari penulisan ini, penulis menyajikan Kesimpulan dari diskusi sebelumnya dan saran.

BAB II

LANDASAN TEORETIS

A. Kajian Pustaka

1. Pengetahuan Produk

a. Pengertian Pengetahuan Produk

Pengetahuan produk berhubungan dengan ingatan atau pemahaman yang diketahui oleh konsumen tentang keahlian dan keakraban atas suatu produk. Pengetahuan produk ini berhubungan pada pengetahuan subjek atau pengetahuan yang dirasakan, pengetahuan objektif, dan pengetahuan dari suatu pengalaman. Oleh karena itu, pengetahuan produk merupakan kumpulan beberapa macam informasi yang diketahui oleh konsumen tentang produk, yang meliputi kategori produk, merek, terminologi produk, atribut atau fitur produk, harga produk, dan kepercayaan produk. Ini melibatkan pengetahuan tentang karakteristik atau atribut produk, pengetahuan pembelian tentang kapan dan di mana suatu produk akan dibeli dan pengetahuan tentang penggunaan, termasuk bagaimana produsen memasukkan saran tentang penggunaan atau konsumsi suatu produk sehingga produk tersebut berfungsi dengan baik. Pengetahuan produk merupakan informasi-informasi terkait produk yang ditawarkan baik merek, kualitas, maupun perbedaan dan keunggulan produk yang ditawarkan dengan produk lainnya serta manfaat dan kegunaan produk tersebut. (Asri Sundari et al., 2023)

Pengetahuan Produk adalah pengetahuan konsumen tentang informasi suatu produk yang akan digunakan, sehingga dari sini konsumen memiliki berbagai pengetahuan baik kekurangan maupun kelebihan suatu produk sehingga akan menentukan keputusan konsumen kedepan. Pengetahuan mengenai produk yang ditawarkan sebuah perusahaan kepada konsumen tentunya harus lengkap agar konsumen merasa puas dalam melakukan transaksi. Pengetahuan masyarakat pada produk bank Syariah adalah tingkat pengetahuan dan pemahaman masyarakat tentang produk dan jasa bank Syariah. Realitanya, beberapa pakar ekonom muslim mengemukakan bahwa salah satu kendala bagi pengembangan bank Syariah adalah rendahnya pemahaman masyarakat terhadap produk dan operasional bank Syariah

Aspek yang mempengaruhi tingkat pengetahuan dibentuk oleh faktor internal seperti pendidikan dan umur, selanjutnya dibentuk oleh faktor eksternal, antara lain:

- 1) Area ialah segala keadaan yang terdapat disekitar manusia serta bisa mempengaruhi pertumbuhan, pola pikir serta sikap manusia.
- 2) Sosial budaya Sistem budaya serta agama yang dipercayai sejumlah warga pula bisa mempengaruhi pola sikap seorang serta begitu pula dalam perihal mencari data.
- 3) Pekerjaan Pekerjaan ataupun area pekerjaan bisa menjadikan seorang mendapatkan pengalaman serta wawasan sopan alat langsung, ataupun tidak.langsung.

Berdasarkan wujudnya produk dapat diklasifikasikan menjadi dua kelompok, yaitu:

- 1) Barang

Merupakan produk yang berwujud fisik, sehingga dapat dilihat, diraba atau disentuh, dirasa, dipegang, disimpan, dipindahkan, dan perlakuan fisik lainnya.

- 2) Jasa

Merupakan aktifitas, manfaat atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual (dikonsumsi pihak lain).

b. Produk-Produk Bank Syariah

Secara garis besar, pengembangan produk bank syariah dibagi menjadi tiga kelompok, yaitu produk penghimpun dana, produk penyaluran dana dan produk jasa. Sesuai dengan namanya, produk-produk bank syariah harus bebas dari bunga (riba) karena bertentangan dengan prinsip syariah yang mengharamkan riba. Pelanggan akan merasa puas dengan hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas (Isra Hayati, 2019). Produk-produk yang terdapat pada bank syariah secara umum antara lain:

- 1) Produk penyaluran dana
 - a) Prinsip jual beli (Ba`i)

Jual beli dilaksanakan dengan adanya pemindahan kepemilikan barang. Keuntungan bank disebutkan di depan dan termasuk harga dari harga yang dijual. Terdapat tiga jenis jual beli dalam pembiayaan konsumtif, modal kerja dan investasi dalam bank syariah, yaitu:

- i. Ba`i Al-Murabahah adalah jual beli dalam hukum islam diartikan sebagai suatu akad yang dibuatatas dasar harga dasar kata sepakat antara pihak bank dan nasabah, dalam hal ini bank menyebutkan harga barang kepada nasabah yang kemudian bank memberikan laba dalam jumlah tertentu sesuai dengan kesepakatan.

- ii. Ba'i As-Salam, merupakan akad jual beli dimana nasabah sebagai pembeli dan pemesan memberikan uangnya di tempat akad sesuai dengan harga barang yang dipesan dan sifat barang telah disebutkan sebelumnya. Ba'i as-salam ialah pembelian barang yang dikirimkan dikemudian hari, sedangkan pembayarannya dilakukan dimuka. (Saw, n.d.)
 - iii. Ba'i Al-Istishna, merupakan bagian dari Ba'i As-Salam namun Ba'i Al-Istishna' biasanya digunakan dalam bidang manufaktur. Seluruh ketentuan Ba'i Al-Istishna mengikuti ketentuan Ba'i As-Salam namun pembayarannya dapat dilakukan beberapa kali (dicicil).
- b) Prinsip sewa (ijarah)
- Ijarah adalah kesepakatan pemindahan hak guna atas barang atau jasa melalui sewa tanpa diikuti pemindahan kepemilikan atas barang yang disewa. Dalam hal ini bank menyewakan peralatan kepada nasabah dengan biaya yang telah ditetapkan secara pasti sebelumnya.
- c) Prinsip bagi hasil (syirkah) Dalam prinsip bagi hasil terdapat dua macam produk, yaitu:
- i. Musyarakah, adalah salah satu produk bank syariah yang mana terdapat dua pihak atau lebih yang bekerja sama untuk meningkatkan aset yang dimiliki bersama dimana seluruh pihak memadukan sumber daya yang mereka miliki baik yang berwujud maupun yang tidak berwujud. Dalam hal ini seluruh pihak yang bekerja sama memberikan kontribusi yang dimiliki baik itu berupa dana, barang, skill, ataupun aset-aset lainnya. Yang menjadi ketentuan dalam musyarakah adalah pemilik modal berhak dalam menentukan kebijakan usaha yang dijalankan pelaksana proyek. (Syariah, 2021)
 - ii. Mudarabah, Merupakan kerja sama antara dua orang atau lebih dimana pemilik modal memberikan dan mempercayakan sejumlah modal kepada pengelola dengan perjanjian pembagian keuntungan. Perbedaan yang mendasar antara musyarakah dengan mudarabah adalah kontribusi atas manajemen dan keuangan (modal) pada musyarakah diberikan dan dimiliki oleh dua pihak atau lebih, sedangkan pada mudarabah modal hanya dimiliki oleh satu pihak saja, sedangkan pihak lain hanya berperan sebagai pengelola.

2) Produk penghimpun dana

Produk penghimpun dana pada bank syariah meliputi giro, tabungan dan deposito. Prinsip yang diterapkan dalam bank syariah adalah:

a) Prinsip wadiah

Penerapan prinsip wadiah yang dilakukan adalah wadiah yad dhamanah yang diterapkan pada produk giro. Berbeda dengan wadiah yad amanah, dalam wadiah yad dhamanah pihak yang dititipi (bank) bertanggung jawab atas keutuhan harta titipan sehingga ia boleh memanfaatkan harta titipan tersebut. Sedangkan pada wadiah yad amanah harta titipan tidak boleh dimanfaatkan oleh pihak yang dititipi (bank).

b) Prinsip Mudarabah

Prinsip mudarabah, penyimpan bertindak sebagai pemilik modal sedangkan bank bertindak sebagai pengelola. Dana yang tersimpan kemudian oleh bank dilakukan untuk melakukan pembiayaan, dalam hal ini apabila bank menggunakannya untuk pembiayaan mudarabah, maka bank bertanggung jawab untuk kerugian yang mungkin terjadi. Berdasarkan kewenangan yang diberikan oleh pihak penyimpan, maka prinsip mudarabah dibagi menjadi tiga bagian, yaitu:

- i. Mudharabah mutlaqah prinsipnya dapat berupa tabungan dan deposito, sehingga ada dua jenis yaitu tabungan mudarabah dan deposito mudarabah. Tidak ada batasan bagi bank untuk menggunakan dana yang telah terhimpun.
- ii. Mudharabah muqayyadah on balance sheet, merupakan simpanan khusus dan pemilik dapat menetapkan syarat-syarat khusus yang harus dipatuhi oleh bank, misalnya disyaratkan untuk bisnis tertentu, atau untuk akad tertentu.

- iii. Mudharabah muqayyadah off balance sheet, adalah penyaluran dana langsung kepada pihak pelaksana usaha dan bank bertindak sebagai perantara antara pemilik dana dengan pelaksana usaha. Pelaksana usaha juga dapat mengajukan syarat-syarat tertentu yang harus dipatuhi bank untuk menentukan jenis usaha dan pelaksana usahanya.

3) Produk jasa perbankan

Selain melakukan kegiatan menghimpun dan menyalurkan dana, bank syariah juga dapat memberikan jasa kepada nasabah dengan mendapatkan imbalan berupa sewa atau keuntungan, jasa tersebut antara lain:

a) Sharf (jual beli valuta asing)

Sharf (jual beli valuta asing) adalah jual beli mata uang yang tidak sejenis namun harus dilakukan pada waktu yang sama (spot). Bank mengambil keuntungan untuk jasa jual beli tersebut.

b) Ijarah (sewa)

Kegiatan ijarah ini adalah menyewakan simpanan (safe deposit box) dan tata-laksana administrasi dokumen (custodian). Dalam hal ini bank mendapatkan imbalan sewa dari jasa tersebut

c. Indikator Pengetahuan Produk

Terdapat beberapa indikator dalam mengukur pengetahuan produk yaitu:

- 1) Kemampuan dalam memahami jenis-jenis produk bank syariah seperti Tabungan, deposito dan giro.
- 2) Produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan masyarakat
- 3) Dapat membedakan produk bank syariah dengan bank konvensional
- 4) Kemampuan dalam memahami manfaat dan keunggulan pada produk bank syariah.
- 5) Mampu menjelaskan kelebihan-kelebihan produk bank syariah kepada orang lain.

2. Reputasi Bank

a. Pengertian Reputasi Bank

Reputasi Bank Syariah Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia reputasi adalah nama baik. Reputasi merupakan indikator dari kinerja masa lalu dan prospek masa depan. Reputasi perusahaan sebagai serangkaian citra dan persepsi dari pendapat yang berbeda tentang perusahaan. Reputasi perusahaan merupakan resultan dari pemenuhan terhadap ekspektasi rasional dan ekspektasi emosional masing-masing stakeholder terhadap perusahaan dalam setiap momen interaksinya. Ekspektasi rasional lebih didasarkan atas kinerja atau kualitas dari produk yang dikonsumsi sedangkan ekspektasi emosional lebih didasarkan atas perilaku dan persepsi stakeholder (Hasanah, 2023).

Reputasi juga menjadi dasar penilaian dalam menentukan apakah suatu perusahaan layak untuk dijadikan mitra kerjasama. Reputasi bank syariah dapat menunjukkan seberapa jauh bank syariah dipercaya oleh masyarakat. Reputasi memegang peran yang penting dalam menjalin hubungan kemitraan antara bank syariah dengan nasabah. Penelitian oleh (Muhlis et al., 2023) menunjukkan bahwa reputasi yang baik akan meningkatkan kepercayaan Masyarakat yang pada akhirnya akan berdampak positif terhadap minat Masyarakat untuk menabung di bank syariah. Bank syariah memiliki reputasi yang tinggi juga dianggap lebih aman dan juga berintegritas.

Bank syariah adalah lembaga usaha yang memaksimalkan pelayanan jasa, oleh karena itu reputasi bank sangat berpengaruh terhadap keberlangsungan usaha. Bank syariah dituntut untuk selalu memberikan kepercayaan dan kepuasan masyarakat dalam memanfaatkan produk dan jasa keuangan syariah. Kepercayaan dalam perbankan syariah dimaksudkan suatu hal yang terjadi pada nasabah seolah bahwa segala sesuatu yang diberikan pelayanan oleh bank syariah memiliki image yang baik dan memberikan keleluasan hati bagi nasabah (Akbar & Rahmayati, 2023)

Menurut (Muhlis et al., 2023) Kepercayaan adalah keyakinan pihak tertentu terhadap yang lain dalam melaksanakan ikatan transaksi bersumber pada sesuatu kepercayaan kalau orang yang dipercayainya tersebut mempunyai seluruh kewajibannya secara baik dan cocok dengan yang diharapkan. Seluruh pengetahuan konsumen serta kesimpulan mereka perihal objek, manfaat, dan atribut suatu produk ialah kepercayaan. Persepsi konsumen tercermin pada keyakinan mereka pada objek, manfaat, dan atribut, dan menjadi hasilnya kepercayaan konsumen biasanya berbeda dengan pelanggan lain.

b. Indikator Reputasi Bank

Terdapat beberapa indikator yang dapat digunakan untuk mengukur reputasi bank adalah sebagai berikut:

- 1) Kualitas fisiknya seperti fasilitas-fasilitas yang memadai, lingkungan yang bersih dan dapat menjaga keamanan data-data nasabah.
- 2) Terdapat penghargaan dan sertifikasi yang diterima oleh bank syariah
- 3) Inovasi dan Digitalisasi mampu meningkatkan kemajuan dalam layanan digital seperti internet banking atau aplikasi mobile banking.
- 4) Kepercayaan dan loyalitas nasabah dinilai mampu mempertahankan nasabah dan meningkatkan pertumbuhan akun-akun yang baru.

3. Minat Menabung

a. Pengertian Minat Menabung

Minat adalah suatu kecenderungan atau siklus ketertarikan yang dirasakan seseorang terhadap suatu barang, dan perlu untuk mencoba, menggunakan atau mungkin memiliki barang tersebut. Minat merupakan bagian dari komponen perilaku dalam sikap mengkonsumsi. Minat membeli adalah merupakan bagian dari komponen perilaku konsumen dalam sikap mengkonsumsi. (Sumberrejo, n.d.)

Secara etimologis, riba berasal dari bahasa Arab yang bermakna *al-ziyādah* yaitu tambahan atau kelebihan. Pengertian serupa dijelaskan dalam Kamus al-Munawwir, bahwa riba berarti tambahan atau kelebihan. (Ashar et al., 2025)

أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا مُّضَاعَفَةً وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kepada Allah agar kamu beruntung. (QS. Ali Imran : 130)

Minat menabung diasumsikan sebagai suatu keadaan yang muncul sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan keinginan nasabah untuk melakukan pencarian informasi. Menurut (Putri et al., 2019) minat menabung merupakan kecenderungan nasabah untuk memilih suatu produk atau mengambil tindakan yang berhubungan dengan pemilihan untuk tingkat kemungkinan nasabah melakukan penyimpanan.

Faktor-faktor yang mempengaruhi minat terhadap sesuatu secara garis besar dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu bersumber dari individu bersangkutan (misal: bobot, umur, jenis kelamin, pengalaman, perasaan mampu, dan kepribadian) dan berasal dari luar mencakup lingkungan keluarga, sekolah, dan masyarakat. Faktor lingkungan mempunyai pengaruh yang besar terhadap timbul dan berkembangnya minat seseorang. Ada beberapa faktor yang menumbuhkan minat, yaitu:

- 1) Dorongan dari dalam individu, misalnya dorongan untuk makan. Dorongan untuk makan akan membangkitkan minat untuk bekerja atau mencari penghasilan, minat terhadap produksi makanan, dan lain-lain.
- 2) Motif sosial, dapat menjadi faktor yang membangkitkan minat untuk melakukan aktivitas tertentu, misalnya minat terhadap pakaian timbul karena keinginan mendapatkan persetujuan atau penerimaan perhatian dari orang lain.
- 3) Minat mempunyai hubungan yang erat dengan emosi. Apabila seseorang mendapatkan kesuksesan pada aktivitas akan menimbulkan perasaan senang, dan hal tersebut memperkuat minat terhadap aktivitas tersebut.

b. Indikator Minat Menabung

Terdapat beberapa indikator yang dapat digunakan untuk mengukur minat menabung terdiri dari:

- 1) Ketertarikan dan kecenderungan Masyarakat dalam memilih produk di bank syariah
- 2) Keyakinan Masyarakat bahwa bank syariah dapat memberikan manfaat dan keuntungan.
- 3) Mendapatkan kemudahan pada ingin menabung
- 4) Kepuasan masyarakat dalam layanan bank syariah
- 5) Faktor motivasi dan keuntungan ekonomi seperti promo produk atau bagi hasil kompetitif

B. Penelitian Yang Relevan

Penelitian yang dilakukan penulis dengan pembahasan ini bukan penelitian pertama, tetapi telah banyak penelitian terdahulu. Penelitian terdahulu ini menjadi salah satu acuan penulis dalam melakukan penelitian sehingga penulis dapat memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang dilakukan. Penulis mengangkat beberapa penelitian sebagai referensi dalam memperkaya bahan kajian pada penelitian penulis. Hasil penelitian tersebut digambarkan sebagaimana pada tabel.

Tabel 2.1 Penelitian yang Relevan

No	Nama	Judul Penelitian	Hasil
1.	(Ekawaty et al., 2020)	Pengaruh Inovasi Produk dan Reputasi Merek	Inovasi produk dan reputasi merek berpengaruh positif dan

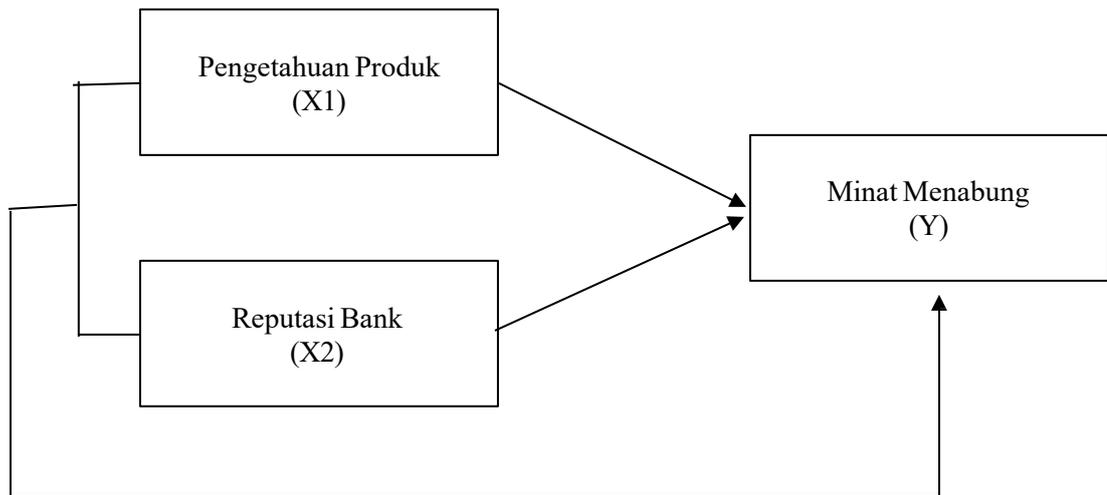
		Terhadap Keputusan Menabung.	signifikan terhadap keputusan menabung.
2	(Arifiyanto & Kholidah, 2021)	Analisi Pengaruh Pengetahuan Produk Presepsi Manfaat dan Prmosi Terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik Bebas Serve	Pengetahuan Produk memiliki nilai pengaruh terhadap Minat akan tetapi paling rendah dari variabel yang lain
3	(A. Riza et al., 2021)	Analisis Pengaruh Pengetahuan, Kepribadian dan Reputasi Terhadap Keputusan Masyarakat Memilih Bank Syariah di Banda Aceh.	Reputasi memiliki nilai positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah memilih bank syariah
4	(Utami et al., 2021)	Analisis Tingkat Pendapatan, Kepercayaan dan Reputasi terhadap Minat Muzakki dalam Membayar Zakat dengan Religiusitas	Reputasi berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Minat, Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat
5	(Hasanah, 2023)	Pengetahuan Produk dan Reputasi Bank Serta Pengaruhnya Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah Indonesia	Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan bahwa pengetahuan perbankan syariah terhadap minat menabung di bank syariah memiliki pengaruh yang signifikan.

Pada table 2.1 menunjukkan bahwa ada beberapa penelitian sejenisnya yang pernah dilakukan oleh peneliti sebelumnya dan berkaitan dengan tema “ Analisis pengaruh pengetahuan produk dan reputasi bank terhadap minat menabung dibank sumut syariah”. Meskipun beberapa penelitian tersebut memiliki kemiripan dengan yang peneliti lakukan, namun juga terdapat perbedaan.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Ekawaty et al., 2020) menggunakan variabel Inovasi Produk dan Reputasi Merek sebagai variabel independen dan keputusan Menabung sebagai variabel dependen, serta Subjek penelitian yang dilakukan ini di Bank Sumut Syariah Hm Joni sedangkan subjek penelitian terdahulu adalah Bank Tabungan Negara Syariah Banda Aceh. Kemudian penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Arifiyanto & Kholidah, 2021) menggunakan variable Pengetahuan Produk, Presepsi Manfaat dan Prmosi sebagai variable independent dan Minat Penggunaan Uang Elektronik sebagai variable dependen. serta Subjek penelitian yang dilakukan ini di Bank Sumut Syariah Hm Joni sedangkan subjek penelitian terdahulu adalah mahasiswa universitas Muhammadiyah pekajangan pekalongan. Kemudian penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (M. Riza, 2023) menggunakan variable Pengetahuan, Kepribadian dan Reputasi sebagai variable independen dan Keputusan Masyarakat variable dependen. serta Subjek penelitian yang dilakukan ini di Bank Sumut Syariah Hm Joni sedangkan subjek penelitian terdahulu adalah bank syariah di banda aceh. Selanjutnta penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Utami et al., 2021) menggunakan variable Tingkat Pendapatan, Kepercayaan dan Reputasi sebagai variable independen dan Minat Muzakki dalam Membayar Zakat dengan Religiusitas sebagai variable dependen. Serta Subjek penelitian yang dilakukan ini di Bank Sumut Syariah Hm Joni sedangkan subjek penelitian terdahulu adalah Muzzaki BAZNAS kota Yogyakarta. Berbeda dengan penelitian (Hasanah, 2023) menggunakan variable Pengetahuan Produk dan Reputasi Bank sebagai variable independent dan Minat Masyarakat Menabung sebagai variable dependen. Serta Subjek penelitian yang dilakukan ini di Bank Sumut Syariah Hm Joni sedangkan subjek penelitian terdahulu adalah Bank Syariah Indonesia Makasar.

C. Kerangka Berfikir

Untuk menggambarkan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dalam penelitian ini dikemukakan suatu model paradigma penelitian. Berikut ini model paradigma Analisis pengaruh pengetahuan produk dan reputasi bank terhadap minat menabung, dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1. 1 Kerangka Berfikir

D. Hipotesis

Hipotesis adalah dugaan yang bersifat sementara yang masih memerlukan pembuktian. Karena ia merupakan dugaan, maka hipotesis harus dinyatakan dalam bentuk pernyataan dan sinkron dengan rumusan masalah. Pembuktian yang ingin dicapai oleh hipotesis adalah sebagai upaya untuk menjawab masalah yang telah dirumuskan sebelumnya. (Hasna, 2019)

Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Ho : Tidak terdapat pengaruh pengetahuan produk terhadap minat menabung dibank sumut syariah
Ha : Terdapat pengaruh pengetahuan produk terhadap minat menabung dibank sumut syariah
2. Ho : Tidak terdapat pengaruh reputasi bank terhadap minat menabung dibank sumut syariah
Ha : Terdapat pengaruh reputasi bank terhadap minat menabung dibank sumut syariah
3. Ho : Tidak terdapat pengaruh secara signifikan pengetahuan produk dan reputasi bank terhadap minat menabung dibank sumut syariah
Ha : Terdapat pengaruh secara signifikan pengetahuan produk dan reputasi bank terhadap minat menabung dibank sumut syariah

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan penelitian kuantitatif untuk menguji pengaruh pengetahuan produk dan reputasi bank. Pendekatan penelitian yaitu pengembangan kuesioner dengan mencari dan mengumpulkan data yang ada dilapangan dengan sebaran kuesioner. Kuesioner didesain untuk melakukan pengukuran dan identifikasi terhadap variabel. Data yang diperoleh kemudian diolah dan dianalisis menggunakan teknik analisis regresi linier berganda untuk mendapatkan suatu informasi terkait wawasan data tersebut, termasuk penyajian temuan secara efektif dalam penelitian ini. (Muhlis et al., 2023)

B. Lokasi dan Rencana Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Pelaksanaan penelitian ini dilakukan di Bank Sumut Capem Syariah kecamatan Medan Area di Jl. HM. Joni No.115, Teladan Kota Medan, Sumatera Utara 20217.

2. Rencana Penelitian

Rencana penelitian dilakukan selama 4 bulan yaitu pada bulan Desember 2024 sampai dengan Maret 2025. Rincian waktu penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 3.1 Rencama penelitian

Keterangan	Januari				Maret			Mei				Juli	Agustus
	1	2	3	4	2	3	4	1	2	3	4	1	4
Pengajuan Judul													
Penyusunan Proposal													
Perbaikan/Acc Proposal													
Seminar Proposal													
Pengolahan Data													
Penyusunan Skripsi													
Bimbingan Skripsi													
Sidang Meja Hijau													

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan jumlah yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai karakteristik dan kualitas tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi adalah keseluruhan objek penelitian yang terdiri dari manusia, benda-benda, hewan, tumbuhan, gejala, nilai tes, atau peristiwa-peristiwa sebagai sumber data yang memiliki karakteristik tertentu didalam suatu penelitian.(Candra Susanto et al., 2024) Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah nasabah yang menabung di PT Bank Sumut KCP Syariah HM Joni sebanyak 3.059.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian anggota populasi yang diambil engan menggunakan teknik pengambilan sampling. Disini sampel harus benar-benar bisa mencerminkan keadaan populasi, artinya Kesimpulan hasil penelitian yang diangkat dari sampel harus merupakan kesimpulan atas populasi. Penelitian dengan menggunakan Teknik pengambilan sampel lebih menguntungkan dibanding dengan menggunakan populasi saja. Oleh karena itu pertimbangan-pertimbangan itu perlu diperhatikan oleh peneliti agar dalam pelaksanaan pencarian informasinya nanti dapat menghasilkan informasi yang representatif sehingga penelitiannya dapat dikategorikan penelitian yang valid. (Candra Susanto et al., 2024)

Disini peneliti menggunakan Teknik probability sampling dengan teknik simple random sampling, adalah pengambilan anggota dan populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strarta yang ada dalam populasi itu. (Novian et al., 2023) Sampel acak dapat dilakukan dengan penyebaran kuesioner pada Nasabah yang menabung di Bank Sumut Syariah HM Joni Medan.

Dalam Penelitian ini Menggunakan rumus slovin.

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

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

1 = Angka Konstanta

E = Tingkat Kesalahan (10 %)

$$\text{Jadi : } n = \frac{3.059}{1+3.059 (0,01)} = \frac{3.059}{1+30,59} = \frac{3.059}{31,59} = 96,8 \text{ dibulatkan } 97 \text{ Sampel}$$

Dengan N sebanyak 3.059 dan $e = 10\%$ (0,01) maka melalui penggunaan rumus tersebut diperoleh jumlah sampel sebanyak 97 responden.

D. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berubah-ubah dan dapat diukur secara ilmiah. Bagi penelitian sangat penting untuk memahami variabel, karena dengan variabel penelitian, peneliti dapat menyusun kerangka berpikir yang jelas, merumuskan hipotesis yang tepat, serta menentukan metode pengumpulan data yang sesuai.

1. Variabel Penelitian

Pada penelitian ini terdapat dua macam variabel yaitu variabel bebas (variabel independen) merupakan variabel yang tidak memiliki ketergantungan terhadap variabel yang lainnya. Sedangkan variabel terikat (variabel dependen) merupakan variabel yang tergantung dengan variabel yang lainnya. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini antara lain:

- a. Variabel bebas (variabel independen) dalam penelitian ini adalah pengetahuan produk (X1) dan reputasi bank (X2)
- b. Variabel terikat (variabel dependen) dalam penelitian ini adalah minat menabung (Y).

2. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel adalah pengertian variabel yang diungkapkan dalam definisi konsep tersebut secara operasional, secara nyata dalam lingkup objek penelitian atau objek yang akan diteliti. Definisi operasional variabel merupakan bagaimana suatu variabel diukur untuk mengetahui baik buruknya pengukuran dari suatu penelitian.

Tabel 3.2 Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi	Indikator
1	Pengetahuan Produk (X1)	Pengetahuan produk merupakan informasi-informasi terkait produk yang ditawarkan baik merek, kualitas, maupun perbedaan dan keunggulan produk yang ditawarkan dengan produk lainnya serta manfaat dan kegunaan produk tersebut. (Novian et al., 2023)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemampuan dalam memahami jenis-jenis produk bank syariah seperti Tabungan, deposito dan giro. 2. Produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan Masyarakat 3. Dapat membedakan produk bank syariah dengan bank konvensional 4. Kemampuan dalam memahami manfaat dan keunggulan pada produk bank syariah. 5. Mampu menjelaskan kelebihan-kelebihan produk bank syariah kepada orang lain. (Romdhoni & Sari, 2020)
2	Reputasi Bank (X2)	Menurut (Muhlis et al., 2023) menunjukkan bahwa reputasi yang baik akan meningkatkan kepercayaan Masyarakat yang pada akhirnya akan berdampak positif terhadap minat Masyarakat untuk	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kualitas fisiknya seperti fasilitas-fasilitas yang memadai, lingkungan yang bersih dan dapat menjaga keamanan data-data nasabah. 2. Terdapat penghargaan dan sertifikasi yang diterima oleh bank syariah 3. Inovasi dan Digitalisasi mampu meningkatkan

		menabung di bank syariah.	kemajuan dalam layanan digital seperti internet banking atau aplikasi mobile banking. 4. Kepercayaan dan loyalitas nasabah dinilai mampu mempertahankan nasabah dan meningkatkan pertumbuhan akun-akun yang baru.(Nurul Husnah, 2023)
3	Minat Menabung (Y)	Menurut (Adolph, 2016) minat menabung merupakan kecenderungan nasabah untuk memilih suatu produk atau mengambil tindakan yang berhubungan dengan pemilihan untuk tingkat kemungkinan nasabah melakukan penyimpanan.	1. Ketertarikan dan kecenderungan Masyarakat dalam memilih produk di bank syariah 2. Keyakinan Masyarakat bahwa bank syariah dapat memberikan manfaat dan keuntungan. 3. Mendapatkan kemudahan pada ingin menabung 4. Kepuasan dalam layanan bank syariah 5. Perilaku setelah penggunaan produk bank syariah (Nurdin et al., 2021)

Tabel diatas menjelaskan mengenai definisi operasional variable yang terdiri dari variable independen (X) dan variable dependen (Y). Variabel independen yang digunakan adalah pengetahuan produk (X1) dan reputasi bank (X2). Sedangkan variable dependen yang digunakan adalah minat menabung (Y).

E. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data dan informasi yang diperlukan dalam penelitian ini digunakan beberapa metode antara lain:

1. Observasi

Observasi merupakan teknik penelitian yang menuntut adanya pengamatan oleh peneliti baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap Bank Sumut Syariah HM Joni.

2. Kuesioner atau Angket

Kuesioner atau angket merupakan metode pengumpulan data dengan membuat daftar pernyataan dalam bentuk kuesioner Dimana responden mengisi pertanyaan, setelah diisi lengkap lalu mengembalikan kepada peneliti. Kuesioner dalam penelitian ini menggunakan google form, kuesioner yang diinput dalam google form dan dibagikan langsung oleh peneliti berbentuk link dan dapat di akses oleh pada Masyarakat dan nasabah bank sumut syariah Hm Joni.

F. Instrument Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat yang digunakan untuk mengukur variable yang diteliti. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah penyebaran kuesioner atau angket yang telah dibuat oleh peneliti dan diberikan kepada responden untuk dijawab. Instrumen penelitian ini dimaksudkan untuk menghasilkan data yang akurat dengan menggunakan skala pengukuran instrument yaitu skala *likert*. Skala Likert yaitu, skala yang berisi 5 tingkat preferensi jawaban dengan pilihan pada tabel berikut dengan bentuk checklist. Skala *likert* didesain untuk menelaah seberapa kuat subjek setuju atau tidak setuju dengan pernyataan pada skala lima titik dengan panduan sebagai berikut :

Tabel 3. 3

Alternatif jawaban dengan skala likert

Simbol	Alternatif Jawaban	Nilai
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
KS	Kurang Setuju	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

Alat yang digunakan untuk mengumpulkan data primer dalam penelitian ini adalah kuesioner. Instrumen kuesioner ini dikembangkan dari variabel-variabel penelitian yaitu kemampuan memahami produk, produk sesuai kebutuhan dan keinginan, dapat membedakan produk, kemampuan memahami manfaat dan keunggulan produk, mampu menjelaskan kelebihan produk, kualitas fisik, penghargaan dan sertifikat bank, meningkatkan inovasi dan digitalisasi, kepercayaan dan loyalitas masyarakat, ketertarikan masyarakat, keyakinan masyarakat, kemudahan dan kepuasan dalam layanan bank dan faktor motivasi dan keuntungan ekonomi.

Tabel 3. 4 Kisi-kisi Pernyataan

No	Variabel	Indikator	Pernyataan
1	Pengetahuan Produk	Kemampuan Memahami Produk	1,2,3
		Produk sesuai Kebutuhan dan keinginan	4,5,6
		Dapat Membedakan Produk	7,8,9
		Kemampuan Memahami manfaat dan Keunggulan	10,11,12
		Mampu Menjelaskan Kelebihan Produk	13,14,15
2	Reputasi Bank	Kualitas Fisik	16,17,18
		Penghargaan Bank	19,20,21
		Meningkatkan Inovasi dan Digitalisasi	22,23,24
		Kepercayaan dan loyalitas masyarakat	25,26,27
		Keterandalan dan Tanggung Jawab Sosial	28,29,30
3	Minat Menabung	Ketertarikan dan kecenderungan masyarakat	31,32,33
		Keyakinan Masyarakat	34,35,36
		Mendapatkan Kemudahan Menabung	37,38,39
		Kepuasan dalam Layanan Bank	40,41,42
		Faktor Motivasi dan keuntungan Ekonomi	43,44,45

G. Teknik Analisis Data

Penelitian ini, peneliti menggunakan aplikasi Statistical Package For Social Science (SPSS). Analisis ini dilakukan dengan beberapa tahap sebagai berikut.

1. Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat- tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila dapat mengungkap data dari variabel yang diteliti secara tepat. Dimana jika nilai r hitung $>$ r table maka butir kuesioner dinyatakan valid. Sementara jika nilai r hitung $<$ r tabel maka butir soal kuesioner dinyatakan tidak valid.(Novian et al., 2023)

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X) (\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan:

r_{xy} = Koefisien korelasi antara variabel x

N = Jumlah responden

X = Skor masing – masing

Y = Total skor item

XY = Jumlah hasil perkalian antara x dan y

b. Uji Reliabilitas

Uji realibilitas merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan kontruk-kontruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu dan disusun dalam suatu bentuk kuesioner. Instrumen penelitian ini menggunakan rumus Cronbach's Alpha apabila r hitung $>$ r tabel maka hasil pengujian hipotesis tersebut reliabel dengan tingkat signifikansi (α) = 0,6 (Arifiyanto & Kholidah, 2021).

2. Uji Asumsi Klasik

Terdapat empat uji asumsi klasik pada penelitian ini yaitu :

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah alat yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas atau independen dan variabel terikat atau dependen berdistribusi normal atau tidak. Dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas yaitu jika nilai sig (signifikansi) $> 0,05$ maka data berdistribusi normal, sedangkan jika nilai sig (signifikansi) $< 0,05$ maka data tidak berdistribusi normal. (Akbar & Rahmayati, 2023) Penelitian ini menggunakan *Uji Kolmogrov-Smirnov*

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah digunakan untuk mengetahui apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu ke pengamatan yang lain. Model regresi yang memenuhi persyaratan adalah dimana terdapat varians dari residual. Satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap atau disebut heteroskedastisitas. Deteksi heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan metode scatter plot dengan memplotkan nilai ZPRED (nilai prediksi) dengan SRESID (nilai residualnya). Berikut ini ketentuan dengan menggunakan metode *scatterplot* dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1). Jika terdapat pola tertentu pada grafik *scatterplot* seperti titik-titik yang membentuk pola teratur (bergelombang) maka terjadi heteroskedastisitas.
- 2). Jika tidak ada pola yang jelas dan titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi heteroskedastisitas. (Gusti Ayu, 2019, hal. 65)

c. Uji Multikolinearitas

Tujuan pengujian multikolinearitas digunakan untuk mengetahui kemungkinan adanya hubungan yang kuat (korelasi) antar variabel bebas (independent). Seharusnya itu tidak terjadi korelasi antar variabel atau ada gejala multikolinearitas. Untuk mengetahui gejala multikolinearitas dapat diketahui dengan melihat nilai Tollerance Jika nilai tolerance $> 0,01$ maka artinya tidak terjadi multikolinearitas, atau Jika nilai Variance Inflation Factor (VIF) < 10 maka tidak terjadi multikolinearitas. (Islam, 2024) Maka data tersebut bebas dari gejala multikolinearitas.

d. Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda dilakukan untuk mengetahui apakah seluruh variabel bebas atau independen yang terdapat dalam model mempunyai pengaruh yang nyata terhadap variabel terikat atau dependen. Residual atau error (ϵ) adalah ukuran kegagalan dalam menyediakan suatu nilai taksiran yang pasti. Pada penelitian ini untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh signifikansi atau variabel bebas (Pengetahuan produk dan Reputasi bank) terhadap variabel terikat (Minat Menabung). Regresi linier berganda merupakan model persamaan yang menjelaskan hubungan satu variabel bebas/respons (Y) dengan dua atau lebih variabel bebas/predictor (X_1, X_2, \dots, X_n) Tujuan dari regresi linier berganda adalah untuk memprediksi nilai variabel tak bebas/respons (Y) apabila nilai-nilai variabel bebasnya/predictor (X_1, X_2, \dots, X_n). Dengan rumus sebagai berikut :

$$Y = a + b_n \dots X_n \dots + \epsilon$$

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + \epsilon$$

Keterangan :

Y = Nilai pengaruh yang diprediksi

a = Konstanta atau bilangan harga $X = 0$

b = Koefisien regresi

X = Nilai Variabel dependen

ϵ = standar error

3. Uji Hipotesis

a. Uji Signifikansi Secara Parsial (Uji -t)

Uji t digunakan untuk mengukur sejauh mana pengaruh secara parsial masing-masing variabel indenpenden yaitu pengetahuan produk dan reputasi bank terhadap variabel terikat yaitu minat menabung. Uji parsial dilakukan dengan tujuan untuk memastikan apakah variabel bebas yang terdapat dalam model regresi tersebut secara individu berpengaruh terhadap nilai variabel terikat. Dengan ketentuan jika probabilitas (signifikansi) $< 0,05$ atau t hitung $>$ t tabel, maka H_0 ditolak dan H_a diterima serta sebaliknya. Kemudian untuk mengetahui nilai t tabel yang dijadikan dasar pengambilan keputusan apakah hipotesisi diterima atau tidak dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut :

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

b. Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan (Uji F) dilakukan untuk menguji hipotesis pertama (H1) apakah secara bersama-sama variabel independen (X_1 , X_2) berpengaruh terhadap variabel dependen (Y), Uji F digunakan untuk dapat mengetahui pengaruh secara bersama- sama (simultan). Dari variabel bebas terhadap variabel terikat pada suatu analisis regresi. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau nilai $\text{sig } F < 0,05$, maka H_a diterima dan H_o ditolak. Sebaliknya, jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau nilai $\text{sig } F > 0,05$, maka H_a ditolak dan H_o diterima. (Sari & Pradesyah, 2023) Dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut :

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

c. Uji Koefisien Determinasi (*R-Square*)

Koefisiensi Determinasi (R^2) merupakan besaran yang menunjukkan besarnya variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independennya. Dengan kata lain, koefisien determinasi ini digunakan untuk mengukur seberapa jauh variabel-variabel bebas dalam menerangkan variabel terikatnya. (Masyarakat, 2022) Koefisien determinasi adalah kemampuan suatu model dalam menerangkan hubungan antar variabel. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu, yang artinya semakin angka mendekati satu maka semakin baik garis regresi karena mampu menjelaskan semakin angka mendekati satu maka semakin baik garis regresi karena mampu menjelaskan data aktualnya, sebaliknya apabila angka mendekati nol maka kita mempunyai garis regresi yang kurang baik. Koefisien determinasi merupakan konsep statistik, sehingga sebuah garis regresi baik jika nilai R^2 tinggi. Nilai R Square (R) menunjukkan koefisien determinasi yang mengukur besar presentase perubahan variable terikat yang diakibatkan oleh variable bebas secara Bersama-sama. Rumusnya:

$$D = R^2 \times 100 \%$$

Keterangan :

D = Determinasi

R = Nilai korelasi berganda

100% = Persentase

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Deskripsi Gambaran Sejarah Singkat PT Bank Sumut

PT Bank SUMUT dahulu dikenal sebagai Bank Pembangunan Daerah Sumatera Utara (BPDSU) didirikan pada tanggal 4 November 1961 dengan Akte Notaris Rusli Nomor 22 Tanggal 04 November 1961 dalam bentuk Perseroan Terbatas. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 13 Tahun 1962 tentang ketentuan pokok bank pembangunan daerah, bentuk badan usaha diubah menjadi Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) sesuai dengan Peraturan Daerah Tingkat I Sumatera Utara nomor 5 Tahun 1965. Berdasarkan akta Notaris Roesli Nomor 22 tanggal 4 November 1961 perihal Perseroan Terbatas Bank Pembangunan Daerah Sumatera Utara (PT BPDSU) bahwa modal dasar PT BPDSU ditetapkan sebesar 100 juta (uang lama). Selama masa praoperasi seluruh kegiatan PT BPDSU dipusatkan di Hotel Melati kamar 27-28 di Jl. Amaliun Medan (فهيمى سليمان & احمد جاسم, 2024).

Terhitung mulai 15 Maret 1962 PT BPDSU mulai menjalankan kegiatan usahanya dengan menyewa satu lantai dari rumah toko gedung tua milik Sultan Naga di jalan Palang Merah No.62 dengan tulisan huruf besar "SUTAN NAGA" dimana lantai II masih dipergunakan oleh pemilik sebagai kantornya. Papan merek yang menunjukkan BPDSU berkantor diruko tersebut hanya berupa papan tulis yang ditulis dengan kapur. Pada pertengahan tahun 1967 setelah BPDSU berlaba gedung yang disewa tersebut dibeli dan beberapa waktu kemudian dikembangkan lagi ke No. 64 dan 6.

Pada tahun 1975 kantor BPDSU dipindahkan ke gedung baru di JL. Imam Bonjol No. 18 yang diresmikan oleh Rudini, Menteri Dalam Negeri pada waktu itu. Pada tanggal 16 April 1999, berdasarkan Peraturan Daerah Tingkat I Sumatera Utara Nomor 2 Tahun 1999 bentuk Perusahaan Daerah BPDSU diubah menjadi Perseroan Terbatas, dengan sebutan PT Bank Sumut. Perubahan tersebut dituangkan dalam akte Pendirian Perseroan Terbatas Nomor 38 tahun 1999 Notaris Alina Hanum Nasution, S.H., dan telah mendapat pengesahan dari Menteri Kehakiman Republik Indonesia dengan Nomor C-8224 HT.01.01HT 00, serta diumumkan dalam berita Negara Republik Indonesia Nomor 54 Tanggal 6 Juli 1999.

Pemerintah menganggap PT Bank Sumut mampu untuk bangkit dan mengingat pentingnya peranan PT Bank Sumut dalam menunjang pembangunan di daerah Sumatera Utara, maka pemerintah hanya memasukkan PT Bank Sumut ke dalam bank yang direkapitalisasi. PT Bank Sumut memberikan kesempatan bagi bank konvensional untuk mendirikan unit usaha syariah juga didasarkan pada kultur masyarakat Sumatera Utara yang religius, khususnya umat Islam yang semakin sadar akan pentingnya menjalankan ajarannya dalam semua aspek kehidupan, termasuk dalam bidang ekonomi. (April et al., 2023)

Pada tanggal 7 Mei 1999 dalam rangka program rekapitulasi perbankan, maka ditandatangani perjanjian rekapitulasi antara Pemerintah Republik Indonesia yang diwakili oleh Menteri Keuangan dan Gubernur Bank Indonesia dengan komisaris dan Direksi PT Bank Sumut. Dengan ini perjanjian Pemerintah Daerah Tingkat I Sumatera Utara menambah modal sebesar Rp 76 miliar dan Departemen Keuangan turut menyertakan modal sebesar Rp 303 miliar.

Bank Sumut termasuk dalam jajaran BPD yang memiliki aset terbesar, saat ini asetnya telah mencapai Rp 27 Triliun dengan dukungan 200 unit kantor yang terdiri dari Kantor Cabang Utama, Kantor Cabang, Kantor Cabang Pembantu, Cabang Unit Mikro serta payment point, dengan cakupan wilayah kerja hingga DKI Jakarta (Cabang Atrium Senen, Cabang Melawai, dan Cabang Pembantu Tanah Abang).

Sejalannya waktu sampai dengan tahun 2024 ini Bank Sumut Unit Usaha Syariah telah memiliki 22 kantor Operasional yang terdiri dari 5 Kantor Cabang dan 17 Kantor Cabang Pembantu yang tersebar di Medan dan kota-kota besar lainnya di Sumatera Utara. Dalam rangka mendukung layanan jasa perbankan kepada masyarakat, Automatic Teller Machine (ATM) Bank Sumut juga telah bergabung dengan jaringan ATM bersama Bank Card Malaysia, Pembelian pulsa, pembayaran listrik, air dan berbagai macam jasa perbankan lainnya. Dalam melakukan penghimpunan dana Unit Usaha Syariah PT Bank Sumut masih tetap mengendalikan produk deposito mudharabah, tabungan bagi hasil, tabungan wadiah, dan giro wadiah.

1. Visi dan Misi Bank Sumut Syariah

PT Bank Sumut syariah memiliki visi dan misi yang telah menjadi pedoman untuk setiap langkah yang akan dilakukan untuk setiap kegiatan, dimana visi dan misi tersebut adalah sebagai berikut:

a. Visi PT. Bank Sumut Syariah

Adapun visi dari PT. Bank Sumut syariah adalah Menjadi Bank andalan untuk membantu dan mendorong perekonomian dan pembangunan daerah di segala bidang serta sebagai salah satu sumber pendapatan daerah dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat prinsip syariah

b. Misi PT. Bank Sumut Syariah

Adapun Misi dari PT Bank Sumut syariah adalah Mengelola dana pemerintah dan masyarakat secara profesional yang didasarkan pada prinsip-prinsip syariah compliance (kepatuhan).

2. Statement Budaya PT Bank Sumut Syariah

Memberikan "PELAYANAN TERBAIK" merupakan tekad seluruh personil PT. Bank SUMUT untuk memenuhi ekspektasi dan kepuasan nasabah atas pelayanan yang diberikan. Adapun penjabaran dari kata terbaik adalah sebagai berikut:

Terpercaya	:	Bersikap jujur, handal, dan dapat dipercaya, memiliki karakter dan etika yang baik
Enerjik	:	Bersemangat tinggi, disiplin selalu berpenampilan rapi dan menarik serta berpikir positif, kreatif dan inovatif untuk kepuasan nasabah
Ramah	:	Bertingkah laku sopan dan santun serta senantiasa tiap membantu dan melayani nasabah
Bersahabat	:	Memperhatikan dan menjaga hubungan dengan nasabah serta memberikan solusi yang paling menguntungkan
Aman	:	Menjaga rahasia perusahaan dan nasabah sesuai ketentuan serta menjamin kecepatan layanan yang memuaskan dan tidak melakukan kesalahan dalam transaksi
Integritas Tinggi	:	Bertaqwa kepada Tuhan yang Maha Esa dan menjalankan ajaran agama serta berakhlak mulia, jujur, menjunjung kode etik profesi dan memiliki visi untuk maju
Komitmen	:	Senantiasa menepati janji yang telah diucapkan serta bertanggung jawab atas seluruh tugas, pekerjaan, dan tindakan.

3. Deskripsi Data Responden

Responden dalam penelitian ini yaitu nasabah yang menabung di PT bank sumut capem syariah HM Joni. Penelitian ini menggunakan 97 responden yang mana responden ditemui saat penelitian sedang dilakukan dan menyebarkan link kuesioner

a. Karakteristik berdasarkan Usia Responden

Adapun Karakteristik responden berdasarkan usia dapat dilihat pada table berikut ini :

Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Persen
17-25 Tahun	56	57,7%
26-35 Tahun	14	14,4%
36-45 Tahun	17	17,5%
46-55 Tahun	5	5,2%
>55 Tahun	5	5,2%
Total	97	100%

Berdasarkan tabel diatas sebagian besar karakteristik responden berdasarkan usia, responden yang berusia 17-25 tahun berjumlah 56 orang atau 57.7%, responden yang berusia 26-35 tahun berjumlah 14 orang atau 14,4%, responden yang berusia 36-45 tahun berjumlah 17 orang atau 17,5%, responden yang berusia 46-55 tahun berjumlah 5 orang atau 5,2% sedangkan >55 tahun berjumlah 5 orang atau 5,2%. Dapat disimpulkan bahwa rata- rata nasabah yang menabung di Bank Sumut capem syariah Hm Joni didominasi yang berusia 17-25 tahun.

b. Karakteristik berdasarkan Jenis Kelamin Responden

Adapun karakteristik responden yang berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persen
Laki-laki	26	26,8%
Perempuan	71	73,2%
Total	97	100%

Berdasarkan tabel diatas sebagian besar karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin adalah responden laki-laki berjumlah 26 orang atau 26,8% sedangkan responden perempuan berjumlah 71 orang atau 73,2%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa rata- rata nasabah yang menabung di Bank Sumut capem syariah Hm Joni dengan jumlah 97 responden lebih banyak perempuan.

c. Karakteristik Berdasarkan Pendidikan Responden

Adapun karakteristik responden yang berdasarkan pendidikan terakhir responden dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Pendidikan

Pendidikan	Jumlah	Persen
SMA/Sederajat	55	56,7%
Diploma	5	5,2%
Sarjana	35	36,1%
Pascasarjana	2	2,1%
Total	97	100%

Berdasarkan tabel diatas sebagian besar karakteristik responden berdasarkan pendidikan adalah SMA/ sederajat berjumlah 55 orang atau 56,7%, diploma berjumlah 5 orang atau 5,2%, sarjana berjumlah 35 orang atau 36,1%, sedangkan pascasarjana berjumlah 2 orang atau 2,1%. Dapat disimpulkan bahwa karakteristik responden berdasarkan pendidikan lebih banyak SMA/ sederajat.

d. Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan Responden

Adapun karakteristik responden yang berdasarkan pekerjaan responden dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Persen
Guru	15	15,5%
Wiraswasta	20	20,6%
Pengusaha	13	13,4%
Mahasiswa	27	27,8%
Lainnya	22	22,7%
Total	97	100%

Berdasarkan tabel diatas sebagian besar karakteristik responden berdasarkan pekerjaan adalah guru berjumlah 15 orang atau 15,5%, wiraswasta berjumlah 20 orang atau 20,6%, pengusaha berjumlah 13 orang atau 13,4%, mahasiswa berjumlah 27 orang atau 27,8% sedangkan lainnya berjumlah 22 orang atau 22,7%. Dapat disimpulkan bahwa karakteristik responden berdasarkan pendidikan lebih banyak mahasiswa.

B. Hasil Olah Data

1. Uji kualitas Data

a. Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan Tingkat - tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila dapat mengungkap data dari variabel yang diteliti secara tepat. Uji validitas digunakan untuk mengetahui sah atau tidaknya indikator sebagai alat ukur variabel. Pengujian dilakukan dengan melakukan korelasi person antar skor jawaban responden disetiap pernyataan dengan skor total jawaban responden. Indikator dinyatakan valid apabila r hitung $>$ r tabel. Nilai r tabel dihitung dengan rumus $df = n - 2$.

Ketentuan r tabel :

$$df = n - 2 = 97 - 2 = 95 (0, 1996)$$

Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas

No	Pernyataan Indikator	r Hitung	r Tabel	Keterangan
1	Pengetahuan Produk (X1)			
	1. Pernyataan 1	0,615	0,1669	Valid
	2. Pernyataan 2	0,621	0,1669	Valid
	3. Pernyataan 3	0,711	0,1669	Valid
	4. Pernyataan 4	0,684	0,1669	Valid
	5. Pernyataan 5	0,658	0,1669	Valid
	6. Pernyataan 6	0,632	0,1669	Valid
	7. Pernyataan 7	0,663	0,1669	Valid
	8. Pernyataan 8	0,637	0,1669	Valid
	9. Pernyataan 9	0,601	0,1669	Valid
	10. Pernyataan 10	0,683	0,1669	Valid
	11. Pernyataan 11	0,703	0,1669	Valid
	12. Pernyataan 12	0,742	0,1669	Valid
	13. Pernyataan 13	0,697	0,1669	Valid
	14. Pernyataan 14	0,735	0,1669	Valid
15. Pernyataan 15	-0,315	0,1669	Tidak Valid	
2	Reputasi Bank (X2)			
	1. Pernyataan 1	0,735	0,1996	Valid
	2. Pernyataan 2	0,709	0,1996	Valid
	3. Pernyataan 3	0,680	0,1996	Valid
	4. Pernyataan 4	0,709	0,1996	Valid

	5. Pernyataan 5	0,785	0,1996	Valid
	6. Pernyataan 6	0,748	0,1996	Valid
	7. Pernyataan 7	0,761	0,1996	Valid
	8. Pernyataan 8	0,765	0,1996	Valid
	9. Pernyataan 9	0,814	0,1996	Valid
	10. Pernyataan 10	0,696	0,1996	Valid
	11. Pernyataan 11	0,733	0,1996	Valid
	12. Pernyataan 12	0,750	0,1996	Valid
	13. Pernyataan 13	0,768	0,1996	Valid
	14. Pernyataan 14	0,663	0,1996	Valid
	15. Pernyataan 15	0,806	0,1996	Valid
3	Minat Menabung (Y)			
	1. Pernyataan 1	0,769	0,1669	Valid
	2. Pernyataan 2	0,694	0,1669	Valid
	3. Pernyataan 3	0,777	0,1669	Valid
	4. Pernyataan 4	0,795	0,1669	Valid
	5. Pernyataan 5	0,791	0,1669	Valid
	6. Pernyataan 6	0,677	0,1669	Valid
	7. Pernyataan 7	0,707	0,1669	Valid
	8. Pernyataan 8	0,701	0,1669	Valid
	9. Pernyataan 9	0,766	0,1669	Valid
	10. Pernyataan 10	0,761	0,1669	Valid
	11. Pernyataan 11	0,714	0,1669	Valid
	12. Pernyataan 12	0,750	0,1669	Valid
	13. Pernyataan 13	0,693	0,1669	Valid
	14. Pernyataan 14	0,759	0,1669	Valid
	15. Pernyataan 15	0,744	0,1669	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data SmartPls (diolah) 2025

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa pernyataan indikator yang digunakan pada pengetahuan produk, reputasi bank dan minat menabung dinyatakan valid untuk digunakan sebagai alat ukur indikator karena mempunyai koefisien korelasi r hitung lebih besar dari r tabel = 0,1669.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan sebagai alat untuk mengukur kuesioner yang merupakan indikator dari variable. Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pernyataan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Instrumen penelitian ini dilakukan dengan melihat nilai Cronbach's Alpha (α). Apabila Cronbach's Alpha $> 0,7$ maka indikator dari variable dinyatakan reliabel atau dapat dipercaya sebagai alat ukur variabel. Hasil pengujian realibilitas dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Standar Reliabilitas	Keterangan
Pengetahuan Produk (X1)	0,844	0,7	Reliabel
Reputasi Bank (X2)	0,941	0,7	Reliabel
Minat Menabung (Y)	0,940	0,7	Reliabel

Sumber : Hasil Pengolahan Data SmartPls (diolah) 2025

Berdasarkan hasil data pada table diatas diketahui bahwa masing-masing variabel ini memiliki Cronbach's Alpha lebih $> 0,7$. Sehingga hasil yang diperoleh dapat dinyatakan bahwa masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian dinyatakan reliabel yang sudah memenuhi syarat Cronbach's Alpha.

2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk mengukur Tingkat keeratan hubungan atau pengaruh antar variabel tersebut melalui besaran koefisien korelasi (r). Model regresi linier berganda dapat disebut sebagai model yang baik jika model tersebut memenuhi beberapa asumsi yang kemudian disebut asumsi klasik, dalam penelitian ini uji asumsi yang digunakan adalah uji normalitas, Multikolinieritas, dan heterodekasitas.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah variabel independent dan variabel dependen atau keduanya berdistribusi normal atau tidak. Untuk menguji normalitas data pada penelitian ini dapat dilihat *Uji Normal P-P Plot of Regression Standardized residual*. Dalam penelitian ini uji normalitas yang digunakan adalah uji K-S

Tabel 4.7 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		97
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.49840957
Most Extreme Differences	Absolute	.128
	Positive	.128
	Negative	-.121
Test Statistic		.128
Asymp. Sig. (2-tailed)		.000 ^c
Exact Sig. (2-tailed)		.076
Point Probability		.000

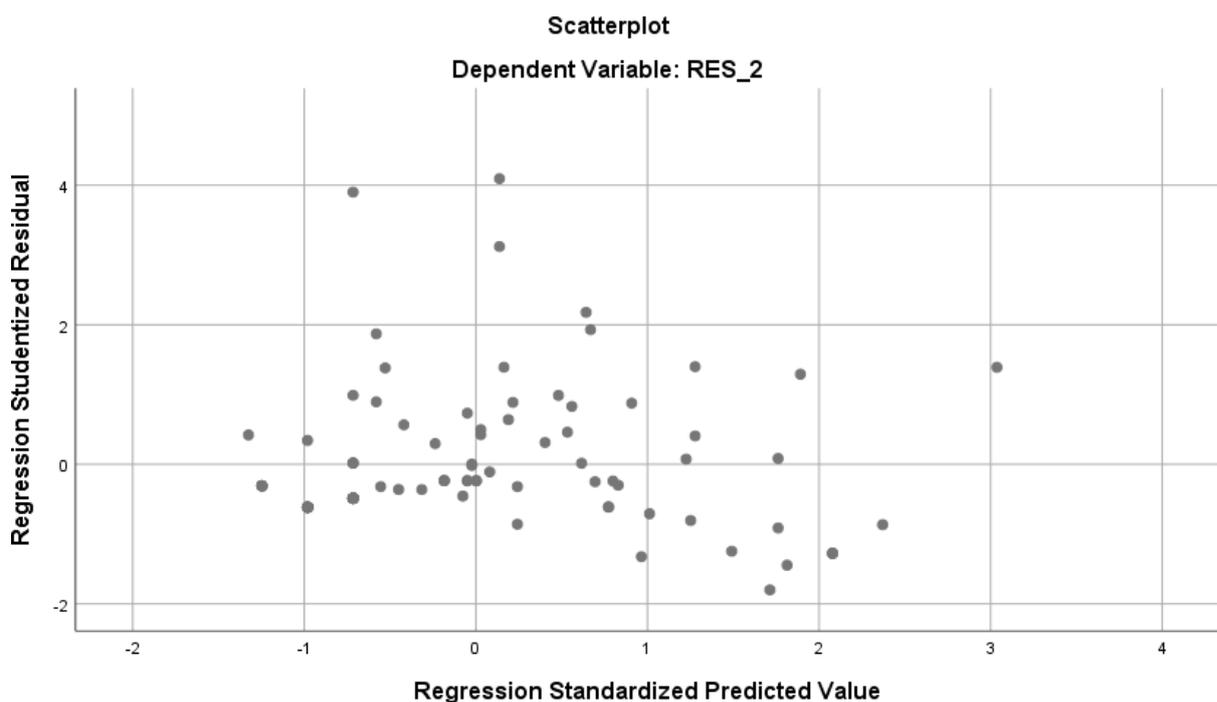
a. Test distribution is Normal.

Berdasarkan hasil pada table diatas menunjukkan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) adalah sebesar 0.000 bernilai dibawah 0.05 yang berarti tidak normal, dan dinormalkan menggunakan nilai Exact sig. (2-tailed) adalah sebesar 0.076 dalam penelitian ini maka bersifat normal dikarenakan $0.076 > 0.05$.

b. Uji Heteroskedastisitas

Jika variansi dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedasitas. Model regresi yang baik adalah homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

Tabel 4.8 Uji Heteroskedastisitas



Dari grafik Scatterplot terlihat bahwa jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka mengindikasikan tidak terjadi Heterokedastisitas pada model regresi sehingga model regresi layak dipakai untuk Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa model regresi ini bebas dari masalah Heterokedastisitas.

c. Uji Multikolinearitas

Untuk mengetahui adanya multikolinearitas antar variabel, dapat dilihat dari Variance Inflation Factor (VIF) factor pertambahan ragam. Data memenuhi syarat jika nilai VIF < 10

**Tabel 4.9 Uji Multikolinearitas
Coefficients^a**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	T	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	.791	2.565		.308	.758		
	X1	.232	.075	.184	3.085	.003	.235	4.247
	X2	.764	.057	.795	13.371	.000	.235	4.247

a. Dependent Variable: Y

Pada tabel diatas perhitungan nilai Variance Inflation Factor (VIF) < untuk kedua variabel bernilai $4.247 < 10$, artinya untuk kedua variabel bebas datanya bersifat normal dan tidak terjadi multikolinearitas.

d. Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen yang jumlahnya lebih dari satu terhadap variabel dependen secara parsial (masing-masing) adapun rumus dari analisis regresi linear berganda adalah :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_1 + \varepsilon$$

Tabel 4.10 Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients		
1	(Constant)	.791	2.565		.308	.758
	X1	.232	.075	.184	3.085	.003
	X2	.764	.057	.795	13.371	.000

Hasil uji regresi linier berganda diatas, maka diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut :

$$Y = 0.791 + 0.232 X1 + 0.764 X2 + \varepsilon$$

Dari persamaan diatas dapat dijelaskan bahwa :

- 1) Nilai constanta sebesar 0.791 menunjukkan jika variabel independen diasumsikan bernilai nol (0) maka nilai Minat Menabung akan meningkat sebesar 79.1 %
- 2) Koefisien Pengetahuan Produk sebesar 0.232 dengan arah hubungan positif menunjukkan jika Pengetahuan Produk mengalami kenaikan sebesar 1% maka akan menaikkan Minat Menabung sebesar 23.2 %
- 3) Koefisien Reputasi Bank sebesar 0.764 dengan arah hubungan positif menunjukkan jika reputasi Bank mengalami kenaikan 1% maka akan menaikkan Minat Menabung sebesar 76.4 %.

3. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antara variabel bebas dengan variabel terikat. Pengujian hipotesis ini menggunakan taraf signifikansi 5%. Uji hipotesis berguna untuk memeriksa atau menguji apakah koefisien regresi yang didapat signifikan atau tidak dan merupakan pembuktian atas dugaan sementara yang diajukan dalam penelitian. Ada dua jenis koefisien regresi yang dapat dilakukan yaitu uji-T dan uji-F.

a. Uji t

Hasil uji t dilakukan untuk mengetahui apakah secara individu variabel pengetahuan produk (X1) dan Reputasi Bank (X2) berpengaruh terhadap minat menabung (Y). Dengan pengambilan keputusan :

1. Jika nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima (berpengaruh)
2. Jika nilai $T_{hitung} < T_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak (tidak berpengaruh)
3. Jika nilai signifikan $< 0,05$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak (signifikan)
4. Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak (tidak signifikan)

Untuk menentukan T_{tabel} pada penelitian ini dapat dilihat dari jumlah $N=97$ dan $df -2 (97-2=95)$ diperoleh t_{tabel} sebesar 1.985.

Tabel 4.11 Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.791	2.565		.308	.758
	X1	.232	.075	.184	3.085	.003
	X2	.764	.057	.795	13.371	.000

1) Pengujian Pengetahuan Produk dengan Minat Menabung

Tabel 4.11 menunjukkan bahwa nilai T_{hitung} sebesar 3.085 dan nilai signifikan sebesar 0.003, adapun hasil penelitian ini adalah nilai $T_{hitung} > T_{tabel} (3.085 > 1.985)$ dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima (berpengaruh), dan nilai signifikan ($0.003 < 0.05$) dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak (signifikan) yang berarti ada terdapat pengaruh signifikan antara Pengetahuan Produk dengan Minat Menabung.

2) Pengujian Reputasi Bank dengan Minat Menabung

Tabel 4.11 menunjukkan bahwa nilai T_{hitung} sebesar 13.371 dan nilai signifikan sebesar 0.000, adapun hasil penelitian ini adalah $T_{hitung} > T_{tabel} (13.371 > 1.985)$ dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima (berpengaruh), dan nilai signifikan ($0.000 < 0.05$) dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak (signifikan) yang berarti ada terdapat pengaruh signifikan antara Reputasi Bank dengan Minat Menabung.

b. Uji F

Hasil uji F dapat dilihat dari output ANOVA dari hasil analisis linear berganda. Uji F bertujuan untuk melihat apakah variabel bebas berpengaruh secara bersamaan terhadap variabel terikat. Dengan pengambilan keputusan :

1. Jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima (berpengaruh)
2. Jika nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak (tidak berpengaruh)
3. Jika nilai signifikan $< 0,05$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak (signifikan)
4. Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak (tidak signifikan)

Tabel 4.12 ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2535.942	2	1267.971	552.974	.000 ^b
	Residual	215.542	94	2.293		
	Total	2751.485	96			

b. Dependent Variable: Y

c. Predictors: (Constant), X2, X1

Dari tabel 4.12 terlihat nilai f hitung adalah 552.974 dan nilai signifikannya adalah 0.000, dengan jumlah N 97 dan untuk mendapatkan F tabel $df_1=(k-1)$, $df_2=(n-k-1)$ didapatkan $df_1=3-1=2$, $df_2=97-3-1=93$ diperoleh nilai f tabel sebesar 3.09, adapun hasil penelitian ini adalah nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($552.974 > 3.09$) dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima (berpengaruh) dan nilai signifikan $0.000 < 0.05$ dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak (signifikan) yang artinya terdapat pengaruh signifikan antara Pengetahuan Produk dan Reputasi Bank Terhadap Minat Menabung.

c. Uji Koefisien Determinasi (*R-Square*)

Koefisien Determinasi digunakan untuk mengukur sejauh mana kemampuan variabel independen berisi Pengetahuan produk dan Reputasi Bank didalam menjelaskan variabel dependen berisi Minat Menabung. Hasil koefisien determinasi dapat dilihat pada nilai *Adjusted R Square* (R^2) dengan hasil sebagai berikut :

Tabel 4. 13 Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.349 ^a	.121	.103	1.03870

Tabel 4.13 menunjukkan bahwa nilai *R Square* sebesar 0.121 atau 12.1% yang berarti Pengetahuan Produk dan Reputasi Bank dapat menjelaskan variabel Minat Menabung sebesar 12.1% sedangkan sisanya sebesar 87.9 % di jelaskan oleh variabel lain yang tidak di masukkan dalam variabel penelitian.

C. Interpretasi Hasil Analisis Data

Hasil penelitian ini akan menjawab rumusan masalah dari penelitian ini. Setelah melalui berbagai uji analisis terhadap variabel dependen dan independen, maka dapat diinterpretasikan berdasarkan hasil penelitian yang dapat dijelaskan dalam pembahasan sebagai berikut:

1. Pengaruh Pengetahuan Produk terhadap Minat Menabung Dibank Sumut Syariah

Pada tabel 4.11 menunjukkan bahwa nilai T_{hitung} sebesar 3.085 dan nilai signifikan sebesar 0.003, adapun hasil penelitian ini adalah nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ ($3.085 > 1.985$) dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima (berpengaruh) dan nilai signifikan ($0.003 < 0.05$) dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak (signifikan) yang berarti ada terdapat pengaruh signifikan antara Pengetahuan Produk dengan Minat Menabung. PT Bank Sumut Syariah merupakan bank yang memiliki tujuan untuk mencapai tujuan bersama kepada masyarakat dengan menyejahterakan masyarakat dalam pengembangan perekonomian masyarakat yang sesuai dengan syariah islam

Hasil dari penelitian ini yang menyatakan bahwa variabel pengetahuan produk ini berpengaruh terhadap minat menabung pada Bank Sumut Syariah sesuai dengan hasil angket yang dibagikan oleh peneliti kepada nasabah Bank Sumut Syariah, yang kemudian peneliti mengolah data tersebut dalam aplikasi SPSS yang menghasilkan bahwa variabel pengetahuan produk ini memang berpengaruh kepada nasabah Bank Sumut Syariah, dimana hasil ini sesuai dengan keputusan oleh nasabah itu sendiri, hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Arifiyanto & Kholidah, 2021) yang menunjukkan bahwa ada pengaruh Pengetahuan Produk Persepsi Manfaat dan Promosi Terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik Berbasis serve.

2. Pengaruh Reputasi Bank terhadap Minat Menabung Dibank Sumut Syariah

Pada tabel 4.11 menunjukkan bahwa nilai T_{hitung} sebesar 13.371 dan nilai signifikan sebesar 0.000, adapun hasil penelitian ini adalah nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ ($13.371 > 1.985$) dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima (berpengaruh), dan nilai signifikan ($0.000 < 0.05$) dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak (signifikan) yang berarti ada terdapat pengaruh signifikan antara Reputasi Bank dengan Minat Menabung.

Reputasi merupakan indikator kinerja masa lalu dan prospek masa depan. Reputasi perusahaan merupakan hasil dari bagaimana pemangku kepentingan mengharapkan untuk berperilaku dalam setiap momen interaksi. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Ekawaty et al., 2020) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh antara Inovasi Produk dan Reputasi Bank dengan Keputusan Menabung.

3. Pengaruh Secara Signifikan Pengetahuan Produk dan Reputasi Bank Terhadap Minat Menabung Dibank Sumut Syariah

Dari hasil penelitian ini adalah nilai F_{hitung} adalah 552.974 dan nilai signifikannya adalah 0.000, dengan jumlah $N = 97$ dan untuk mendapatkan F tabel $df_1 = (k-1)$, $df_2 = (n-k-1)$ didapatkan $df_1 = 3-1=2$, $df_2 = 97-3-1=93$ diperoleh nilai f tabel sebesar 3.09, adapun hasil penelitian ini adalah nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($552.974 > 3.09$) dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima (berpengaruh) dan nilai signifikan $0.000 < 0.05$ dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak (signifikan) yang artinya terdapat pengaruh signifikan antara Pengetahuan Produk dan Reputasi Bank Terhadap Minat Menabung. Nilai R Square sebesar 0.121 atau 12.1% yang berarti Pengetahuan Produk dan Reputasi Bank dapat menjelaskan variabel Minat Menabung sebesar 12.1% sedangkan sisanya sebesar 87.9% di jelaskan oleh variabel lain yang tidak di masukkan dalam varia

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

1. Berdasarkan hasil dari penelitian dan pembahasan diatas, dapat penulis simpulkan bahwa Pengetahuan Produk berpengaruh dan signifikan terhadap Minat Menabung Dibank Sumut Syariah dikarenakan nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ ($3.085 > 1.985$) dan nilai signfikan yang lebih kecil dari 0.05 ($0.003 < 0.05$) sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti terdapat hubungan yang signifikan antara Pengetahuan Produk dengan Minat Menabung.
2. Berdasarkan hasil dari penelitian dan pembahasan diatas, dapat penulis simpulkan bahwa Reputasi Bank berpengaruh dan signifikan terhadap Minat Menabung di bank sumut syariah dikarenakan nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ ($13.371 > 1.985$) dan nilai signfikan yang lebih kecil dari 0.05 ($0.000 < 0.05$) sehingga H_a diterima dan H_0 ditolak yang berarti ada terdapat hubungan yang signifikan antara Reputasi Bank dengan Minat Menabung.
3. Berdasarkan hasil dari penelitian dan pembahasan diatas, dapat penulis simpulkan bahwa secara simultan Pengetahuan produk dan Reputasi Bank berpengaruh terhadap Minat Menabung dibank Sumut Syariah karena nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($552.974 > 3.09$) dan nilai signifikan $0.000 < 0.05$. Dalam hal ini H_0 ditolak dan H_a diterima artinya terdapat hubungan yang signifikan antara pengetahuan Produk dan reputasi Bank Terhadap Minat Menabung Dibank Sumut Syariah.

Secara Simultan menunjukkan bahwa Pengetahuan Produk dan Reputasi Bank berpengaruh dan signifikan terhadap Minat Menabung sebesar 12.1% sedangkan sisanya sebesar 87.9% di jelaskan oleh variabel lain yang tidak di masukkan dalam variabel penelitian.

B. SARAN

1. Pengetahuan Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung, hal ini menunjukkan bahwa bank harus menciptakan produk dan jasa sesuai dengan kebutuhan dan keinginan nasabah dan tetap menerapkan prinsip-prinsip syariah didalamnya. Bank juga bisa mengeluarkan produk yang belum pernah dibuat oleh bank konvensional

2. Reputasi Bank berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung hal ini menunjukkan bahwa bank harus selalu konsisten dalam menjaga reputasinya dengan cara melakukan pelatihan perbankan syariah dengan mendekati diri ke masyarakat, dapat melakukan inovasi produk serta layanan jasa yang sesuai dengan identitas bank syariah, agar terus dapat meningkatkan reputasi yang dimiliki bank sumut syariah.
3. Untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk dapat menambahkan variabel independen lainnya selain Pengetahuan Produk dan Reputasi Bank yang tentunya dengan hasil yang memberikan pengaruh terhadap variabel dependen Minat menabung untuk lebih bisa melengkapi penelitian selanjutnya karena masih banyak variabel-variabel yang dapat memberikan pengaruh terhadap Minat Menabung.

DAFTAR PUSTAKA

- Adolph, R. (2016). *PENGARUH RELIGIUSITAS, REPUTASI BANK DAN PEROLEHAN INFORMASI TERHADAP MINAT MASYARAKAT KOTA PARIAMAN UNTUK MENABUNG DI BANK MANDIRI SYARIAH*. 2(5), 1–23.
- Akbar, A., & Rahmayati. (2023). Pembangunan Perbankan Syariah (Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Minat Transaksi Di Bank Islam Di Jalan Kebun, Shah Alam Selangor Malaysia). *Jurnal Ilmiah Kajian Politik Lokal Dan Pembangunan*, 8(3), 27.
- April, D., Simangunsong, Y., & Tahun, P. (2023). *Pengaruh Kualitas Layanan , Kepercayaan , Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Bank Sumut Syariah KCP Lubuk Pakam) Sumber : Bank Sumut Syariah Kcp Lubuk Pakam*. 1(4).
- Arifiyanto, M., & Kholidah, N. (2021). Analisis Pengaruh Pengetahuan Produk, Persepsi Manfaat dan Promosi terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik berbasis server. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 7(3), 697–706. <https://doi.org/10.35794/jmbi.v7i3.31390>
- Ashar, F., Huda, N., & Sapil, M. (2025). *Larangan Riba dalam Al-Quran : Analisis Surah Ali Imran Ayat 130 dalam Praktik Pinjaman Online*. 3(1), 79–93.
- Asri Sundari, Solihin, D., Saepul Ma'mun, & Venny Setyowardani. (2023). Pengaruh Pengetahuan Masyarakat Desa Cimareme terhadap Minat Menabung di Bank Syariah. *Jurnal Riset Ekonomi Syariah*, 75–82. <https://doi.org/10.29313/jres.v3i2.1659>
- Candra Susanto, P., Ulfah Arini, D., Yuntina, L., Panatap Soehaditama, J., & Nuraeni, N. (2024). Konsep Penelitian Kuantitatif: Populasi, Sampel, dan Analisis Data (Sebuah Tinjauan Pustaka). *Jurnal Ilmu Multidisplin*, 3(1), 1–12. <https://doi.org/10.38035/jim.v3i1.504>
- Ekawaty, N., Athallah, D. H., & Anwar, F. N. A. (2020). Dampak Inovasi Produk dan Reputasi Merek Terhadap Keputusan Menabung. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 7(1), 01–11. <https://doi.org/10.33096/jmb.v7i1.353>
- Hasanah, A. (2023). *Pengetahuan Produk dan Reputasi Bank Serta Pengaruhnya Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah Indonesia*. 4(1), 28–38.

- Hasibuan, F. U., & Wahyuni, R. (2020). PENGARUH PENGETAHUAN MASYARAKAT DAN MINAT PENERAPAN NILAI ISLAM TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN TABUNGAN PERBANKAN SYARIAH (Studi Kasus Masyarakat Kota Langsa). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(1), 22–33. <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i1.790>
- Hasna, F. A. (2019). *Pengaruh pengetahuan produk perbankan syariah dan tingkat religiusitas terhadap keputusan menabung di bank syariah*. 28.
- Ihsan, N., Hadi, N., & Pratikto, M. I. S. (2022). Analisis Minat Masyarakat Terhadap Perbankan Syariah di Wilayah Kecamatan Panceng Kabupaten Gresik. *Jurnal BAABU AL-ILMI: Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 7(1), 57. <https://doi.org/10.29300/ba.v7i1.5399>
- Islam, J. E. (2024). *Al-Sharf Al-Sharf Jurnal Ekonomi Islam*. 5(2), 135–144.
- Isra Hayati. (2019). *Pengaruh Dimensi Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Padang Bulan*. 1, 234–250.
- Masyarakat, J. P. (2022). *TERHADAP MINAT MASYARAKAT BERTRANSAKSI DI BANK UNDERSTANDING OF THE COMMUNITY OF HARJOSARI 1 SUBSTANCE ON THE COMMUNITY ' S INTEREST IN TRANSACTIONS*. 1(2), 39–46.
- Maulinda, I. (2023). *Pengaruh Pengetahuan Produk Perbankan Syariah dan Motivasi Menghindari Riba Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bri Syariah Cabang Jelutung Kota Jambi*. 4(5), 696–707.
- Muchtar, M., & Saleh, M. (2022). *Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Di PT. Bank Sumut Syariah Kcp Stabat*. 1(1), 62–71.
- Muhlis, Arifai, S., Sudriman, Ismawati, Umar, S. H., & Supriadi. (2023). Reputasi Bank Terhadap Preferensi Menabung Di Bank Syariah Indonesia (Bsi). *Bisnis, Manajemen, Dan Informatika (JBMI)*, 20(2), 185–208. <https://doi.org/10.26487/jbmi.v20i2.25178>
- Muhlis, H. (2021). *Dampak Pembiayaan Murabahah Terhadap Laba*. 6, 249–262.
- Munawaroh, S., Hidayat, Z. L., Afkarina, I., & Astuti, R. P. (2024). Gudang Jurnal Multidisiplin Ilmu Kebijakan Moneter Di Indonesia. *Gudang Jurnal Multidisiplin Ilmu*, 2 (6), 49–54.
- Novian, H., Anwar, M. W., Fauzi, F., & Irviani, R. (2023). Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(3), 4082. <https://doi.org/10.29040/jiei.v9i3.11358>

- Nuridin, Rukma Ningrum, Sofyan Bacmid, & Abdul Jalil. (2021). Pengaruh Manfaat, Kepercayaan Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Di Bank Mega Syariah Cabang Palu. *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah*, 3(1), 30–45. <https://doi.org/10.24239/jipsya.v3i1.37.30-45>
- Nurul Husnah. (2023). *Pengaruh Layanan Prima dan Reputasi Bank Terhadap Kepercayaan Nasabah (Bank Syariah Indonesia KCP Balikpapan Sepinggu)*. 1(2), 207–222.
- Putri, Y., Solihat, A., Rahmayani, R., Iskandar, I., & Trijumansyah, A. (2019). Strategi meningkatkan Minat Menabung di Bank Syariah melalui Penerapan Religiusitas. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Performa*, 16(1), 77–88. <https://doi.org/10.29313/performa.v16i1.4532>
- Riza, A., Hakim, L., & Eliana, E. (2021). Analisis Pengaruh Pengetahuan, Kepribadian, dan Reputasi Terhadap Keputusan Masyarakat Memilih Bank Syariah di Banda Aceh. *Jurnal EMT KITA*, 5(1), 19. <https://doi.org/10.35870/emt.v5i1.324>
- Riza, M. (2023). *Pengaruh Pengetahuan Produk Dan Kepercayaan Masyarakat Jakarta Terhadap Minat Menabung Pada Bank Syariah Indonesia*. 3(01), 9.
- Romdhoni, A. H., & Sari, D. R. (2020). Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Produk, dan Religiusitas terhadap Minat Nasabah untuk Menggunakan Produk Simpanan pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 4(02), 136. <https://doi.org/10.29040/jiei.v4i02.307>
- Sari, A. J., & Pradesyah, R. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Dan Kepercayaan Terhadap Minat Masyarakat Bandar Parkland, Klang Selangor, Malaysia, Melakukan Transaksi Di Bank Islam. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 6(1), 44–53. <https://doi.org/10.30596/maneggio.v6i1.14783>
- Saw, M. (n.d.). *Penerapan ba'i as-salam dalam transaksi jual online dalam perspektif ekonomi islam*. 32–36.
- Sumberrejo, S. (n.d.). *Pengaruh kepercayaan dan tingkat pendapatan terhadap minat menabung di kspps bmt mandiri artha syariah sumberrejo*. II(1), 21–44.
- Syariah, M. P. (2021). *Akad musyarakah dan penerapan dalam manajemen perbankan syariah*. II(2), 108–118.
- telkomuniversity. (n.d.). *Variabel dalam Penelitian: Jenis-jenis & Cara Menentukannya*.
- Utami, N. S., Muthohar, A. M., & Ridlo, M. (2021). Analisis Tingkat Pendapatan, Kepercayaan dan Reputasi terhadap Minat Muzakki dalam Membayar Zakat dengan Religiusitas sebagai Variabel Moderating. *Iqtishoduna*, 17(1), 1–16. <https://doi.org/10.18860/iq.v17i1.10630>
- 2024) فهمي سليمان, ح., & احمد جاسم, ع. ا. Analisis pembiayaan mudharabah. *Sports Culture*, 15(1), 72–86. <https://doi.org/10.25130/sc.24.1.6>

LAMPIRAN

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

Unstandardized
Residual

N		97
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.49840957
Most Extreme Differences	Absolute	.128
	Positive	.128
	Negative	-.121
Test Statistic		.128
Asymp. Sig. (2-tailed)		.000 ^c
Exact Sig. (2-tailed)		.076
Point Probability		.000

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

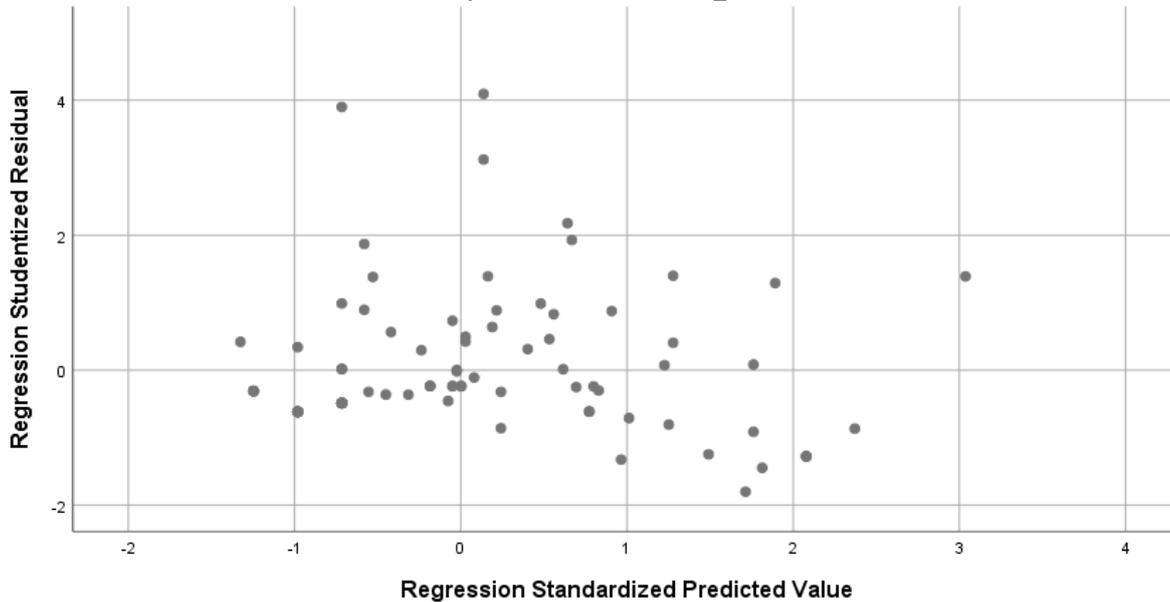
Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	X1	.235	4.247
	X2	.235	4.247

- a. Dependent Variable: Y

Scatterplot

Dependent Variable: RES_2



Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.349 ^a	.121	.103	1.03870

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.791	2.565		.308	.758
	X1	.232	.075	.184	3.085	.003
	X2	.764	.057	.795	13.371	.000

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2535.942	2	1267.971	552.974	.000 ^b
	Residual	215.542	94	2.293		
	Total	2751.485	96			

- a. Dependent Variable: Y
- b. Predictors: (Constant), X2, X1

#	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y	Z	AA	AB	AC	AD	AE	AF	AG	AH	AI	AJ	AK	AL	AM	AN	AO	AP	AQ	AR	AS	AT	AU	AV	AW	AX					
24	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	72	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	70			
25	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	72	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75		
26	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	61	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	61		
27	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	70	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75	
28	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	3	69	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	74	
29	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	68	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	71	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	70
30	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	69	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	75	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
31	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	73	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75	
32	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	66	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	68	4	5	5	4	4	3	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	67	
33	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	65	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	63	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	65	
34	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	72	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
35	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	71	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75		
36	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	67	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	67	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	67		
37	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60		
38	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	74	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	72	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	72	
39	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	70	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	72	
40	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	73	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75	
41	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	73	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75		
42	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	71	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	71	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	71		
43	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	3	69	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	73	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	71		
44	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	73	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75		
45	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	67	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	72	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75		
46	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	70	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	75	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75			
47	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	72	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75			
48	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	3	69	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	72	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	71			
49	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	74	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75			
50	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	72	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75			
51	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	74	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75				
52	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	74	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75				
53	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	2	67	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	73	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	70			
54	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	2	67	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	4	70	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	72		

fx responden



← Total jawaban responden - Tidak disimpan

#	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y	Z	AA	AB	AC	AD	AE	AF	AG	AH	AI	AJ	AK	AL	AM	AN	AO	AP	AQ	AR	AS	AT	AU	AV	AW	AX						
54	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	2	67	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	4	70	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	77		
55	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	72	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75			
56	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	71	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	70	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	68
57	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	66	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	72	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5</																

LAMPIRAN 8, T Tabel Untuk Alpha α 5% t

df	0,05	0,025
1	6.314	12.706
2	2.920	4.303
3	2.353	3.182
4	2.132	2.776
5	2.015	2.571
6	1.943	2.447
7	1.895	2.365
8	1.860	2.306
9	1.833	2.262
10	1.812	2.228
11	1.796	2.201
12	1.782	2.179
13	1.771	2.160
14	1.761	2.145
15	1.753	2.131
16	1.746	2.120
17	1.740	2.110
18	1.734	2.101
19	1.729	2.093
20	1.725	2.086
21	1.721	2.080
22	1.717	2.074
23	1.714	2.069
24	1.711	2.064
25	1.708	2.060
26	1.706	2.056
27	1.703	2.052
28	1.701	2.048
29	1.699	2.045
30	1.697	2.042
31	1.696	2.040
32	1.694	2.037
33	1.692	2.035
34	1.691	2.032
35	1.690	2.030
36	1.688	2.028
37	1.687	2.026
38	1.686	2.024
39	1.685	2.023
40	1.684	2.021
41	1.683	2.020
42	1.682	2.018
43	1.681	2.017
44	1.680	2.015
45	1.679	2.014
46	1.679	2.014
47	1.678	2.013
48	1.677	2.012
49	1.677	2.011
50	1.676	2.010
51	1.675	2.008
52	1.675	2.007

df	0,05	0,025
53	1.674	2.006
54	1.674	2.005
55	1.673	2.004
56	1.673	2.003
57	1.672	2.002
58	1.672	2.002
59	1.671	2.001
60	1.671	2.000
61	1.670	2.000
62	1.670	1.999
63	1.669	1.998
64	1.669	1.998
65	1.669	1.997
66	1.668	1.997
67	1.668	1.996
68	1.668	1.995
69	1.667	1.995
70	1.667	1.994
71	1.667	1.995
72	1.666	1.993
73	1.666	1.993
74	1.666	1.993
75	1.665	1.992
76	1.665	1.992
77	1.665	1.991
78	1.665	1.991
79	1.664	1.990
80	1.664	1.990
81	1.664	1.990
82	1.664	1.989
83	1.663	1.989
84	1.663	1.989
85	1.663	1.988
86	1.663	1.988
87	1.663	1.988
88	1.662	1.987
89	1.662	1.987
90	1.662	1.987
91	1.662	1.986
92	1.662	1.986
93	1.661	1.986
94	1.661	1.986
95	1.661	1.985
96	1.661	1.985
97	1.661	1.985
98	1.661	1.984
99	1.660	1.984
100	1.660	1.984
101	1.660	1.984
102	1.660	1.983
103	1.660	1.983
104	1.660	1.983

df	0,05	0,025
105	1.659	1.983
106	1.659	1.983
107	1.659	1.982
108	1.659	1.982
109	1.659	1.982
110	1.659	1.982
111	1.659	1.982
112	1.659	1.981
113	1.658	1.981
114	1.658	1.981
115	1.658	1.981
116	1.658	1.981
117	1.658	1.980
118	1.658	1.980
119	1.658	1.980
120	1.658	1.980
121	1.658	1.980
122	1.657	1.980
123	1.657	1.979
124	1.657	1.979
125	1.657	1.979
126	1.657	1.979
127	1.657	1.979
128	1.657	1.979
129	1.657	1.979
130	1.657	1.978
131	1.657	1.978
132	1.656	1.978
133	1.656	1.978
134	1.656	1.978
135	1.656	1.978
136	1.656	1.978
137	1.656	1.977
138	1.656	1.977
139	1.656	1.977
140	1.656	1.977
141	1.656	1.977
142	1.656	1.977
143	1.656	1.977
144	1.656	1.977
145	1.655	1.976
146	1.655	1.976
147	1.655	1.976
148	1.655	1.976
149	1.655	1.976
150	1.655	1.976
151	1.655	1.976
152	1.655	1.976
153	1.655	1.976
154	1.655	1.975
155	1.655	1.975
156	1.655	1.975

df	0,05	0,025
157	1.655	1.975
158	1.655	1.975
159	1.654	1.975
160	1.654	1.975
161	1.654	1.975
162	1.654	1.975
163	1.654	1.975
164	1.654	1.975
165	1.654	1.974
166	1.654	1.974
167	1.654	1.974
168	1.654	1.974
169	1.654	1.974
170	1.654	1.974
171	1.654	1.974
172	1.654	1.974
173	1.654	1.974
174	1.654	1.974
175	1.654	1.974
176	1.654	1.974
177	1.654	1.973
178	1.653	1.973
179	1.653	1.973
180	1.653	1.973
181	1.653	1.973
182	1.653	1.973
183	1.654	1.973
184	1.653	1.973
185	1.653	1.973
186	1.653	1.973
187	1.653	1.973
188	1.653	1.973
189	1.654	1.973
190	1.653	1.973
191	1.653	1.972
192	1.653	1.972
193	1.653	1.972
194	1.653	1.972
195	1.654	1.972
196	1.653	1.972
197	1.653	1.972
198	1.653	1.972
199	1.653	1.972
200	1.653	1.972

67	3,984	3,134	2,742	2,509	2,352	2,237	2,150	2,080
68	3,982	3,132	2,740	2,507	2,350	2,235	2,148	2,078
69	3,980	3,130	2,737	2,505	2,348	2,233	2,145	2,076
70	3,978	3,128	2,736	2,503	2,346	2,231	2,143	2,074
71	3,976	3,126	2,734	2,501	2,344	2,229	2,142	2,072
72	3,974	3,124	2,732	2,499	2,342	2,227	2,140	2,070
73	3,972	3,122	2,730	2,497	2,340	2,226	2,138	2,068
74	3,970	3,120	2,728	2,495	2,338	2,224	2,136	2,066
75	3,968	3,119	2,727	2,494	2,337	2,222	2,134	2,064
76	3,967	3,117	2,725	2,492	2,335	2,220	2,133	2,063
77	3,965	3,115	2,723	2,490	2,333	2,219	2,131	2,061
78	3,963	3,114	2,722	2,489	2,332	2,217	2,129	2,059
79	3,962	3,112	2,720	2,487	2,330	2,216	2,128	2,058
80	3,960	3,111	2,719	2,486	2,329	2,214	2,126	2,056
81	3,959	3,109	2,717	2,484	2,327	2,213	2,125	2,055
82	3,957	3,108	2,716	2,483	2,326	2,211	2,123	2,053
83	3,956	3,107	2,715	2,482	2,324	2,210	2,122	2,052
84	3,955	3,105	2,713	2,480	2,323	2,209	2,121	2,051
85	3,953	3,104	2,712	2,479	2,322	2,207	2,119	2,049
86	3,952	3,103	2,711	2,478	2,321	2,206	2,118	2,048
87	3,951	3,101	2,709	2,476	2,319	2,205	2,117	2,047
88	3,949	3,100	2,708	2,475	2,318	2,203	2,115	2,045
89	3,948	3,099	2,707	2,474	2,317	2,202	2,114	2,044
90	3,947	3,098	2,706	2,473	2,316	2,201	2,113	2,043
91	3,946	3,097	2,705	2,472	2,315	2,200	2,112	2,042
92	3,945	3,095	2,704	2,471	2,313	2,199	2,111	2,041
93	3,943	3,094	2,703	2,470	2,312	2,198	2,110	2,040
94	3,942	3,093	2,701	2,469	2,311	2,197	2,109	2,038
95	3,941	3,092	2,700	2,467	2,310	2,196	2,108	2,037
96	3,940	3,091	2,699	2,466	2,309	2,195	2,106	2,036
97	3,939	3,090	2,698	2,465	2,308	2,194	2,105	2,035
98	3,938	3,089	2,697	2,465	2,307	2,193	2,104	2,034
99	3,937	3,088	2,696	2,464	2,306	2,192	2,103	2,033
100	3,936	3,087	2,696	2,463	2,305	2,191	2,103	2,032