

**PENGARUH PEMAHAMAN MASYARAKAT ATAS PERAN
PENYAMPAIAN INFORMASI AKUNTANSI DAN PRODUK
TABUNGAN SYARIAH TERHADAP MINAT MENABUNG
MASYARAKAT PADA PT BANK SYARIAH INDONESIA
MEDAN KC KAMPUNG BARU**

SKRIPSI

Oleh:

THARIQUL JANNAH

188330100



**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2022**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 18/11/22

Access From (repository.uma.ac.id)18/11/22

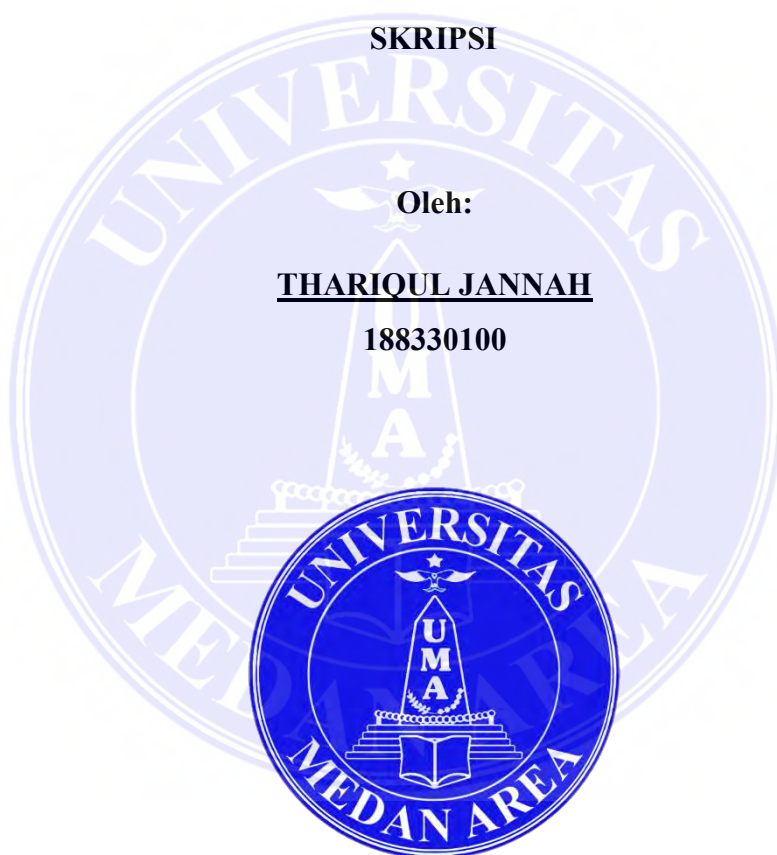
**PENGARUH PEMAHAMAN MASYARAKAT ATAS PERAN
PENYAMPAIAN INFORMASI AKUNTANSI DAN PRODUK
TABUNGAN SYARIAH TERHADAP MINAT MENABUNG
MASYARAKAT PADA PT BANK SYARIAH INDONESIA
MEDAN KC KAMPUNG BARU**

SKRIPSI

Oleh:

THARIQUL JANNAH

188330100



**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2022**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 18/11/22

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)18/11/22

**PENGARUH PEMAHAMAN MASYARAKAT ATAS PERAN
PENYAMPAIAN INFORMASI AKUNTANSI DAN PRODUK
TABUNGAN SYARIAH TERHADAP MINAT MENABUNG
MASYARAKAT PADA PT BANK SYARIAH INDONESIA
MEDAN KC KAMPUNG BARU**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Di Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Medan Area

Oleh:

THARIQUL JANNAH

188330100

PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2022

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 18/11/22

Access From (repository.uma.ac.id)18/11/22

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Pemahaman Masyarakat Atas Peran Penyampaian
Informasi Akuntansi dan Produk Tabungan Syariah terhadap
Minat Menabung Masyarakat Pada PT Bank Syariah
Indonesia Medan KC Kampung Baru

Nama : **THARIQUL JANNAH**

NPM : 188330100

Program Studi : Akuntansi

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis



Disetujui Oleh
Komisi Pembimbing

(Rana Fatbinah Ananda, SE, M.Si)

Dosen Pembimbing

Mengetahui



(Ahmad Rafiki, BBA, M.Mgt, Ph.D.CIMA)

Dekan

(Fauziah Rahman, S.Pd, M.Ak)

K.a Prodi Akuntansi

Tanggal/Bulan/Tahun Lulus: 02/September/2022

HALAMAN PERNYATAAN ORIGINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul **“PENGARUH PEMAHAMAN MASYARAKAT ATAS PERAN PENYAMPAIAN INFORMASI AKUNTANSI DAN PRODUK TABUNGAN SYARIAH TERHADAP MINAT MENABUNG MASYARAKAT PADA PT BANK SYARIAH INDONESIA MEDAN KC KAMPUNG BARU”** yang saya susun sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Medan, 02 September 2022

Yang Membuat Pernyataan,



THARIQUL JANNAH

NPM : 188330100

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS
AKHIR/SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Universitas Medan Area, Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : THARIQUL JANNAH
NPM : 188330100
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Akuntansi
Jenis Karya : Tugas Akhir/Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area **Hak Bebas Royalti Noneklusif (*Non-exclusive Royalti-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul Pemahaman Masyarakat Atas Peran Penyampaian Informasi Akuntansi dan Produk Tabungan Syariah Terhadap Minat Menabung Masyarakat Pada PT Bank Syariah Indonesia Medan KC Kampung Baru. Dengan hak Bebas Royalti Noneklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Medan

Pada Tanggal : 02
September 2022

Yang menyatakan

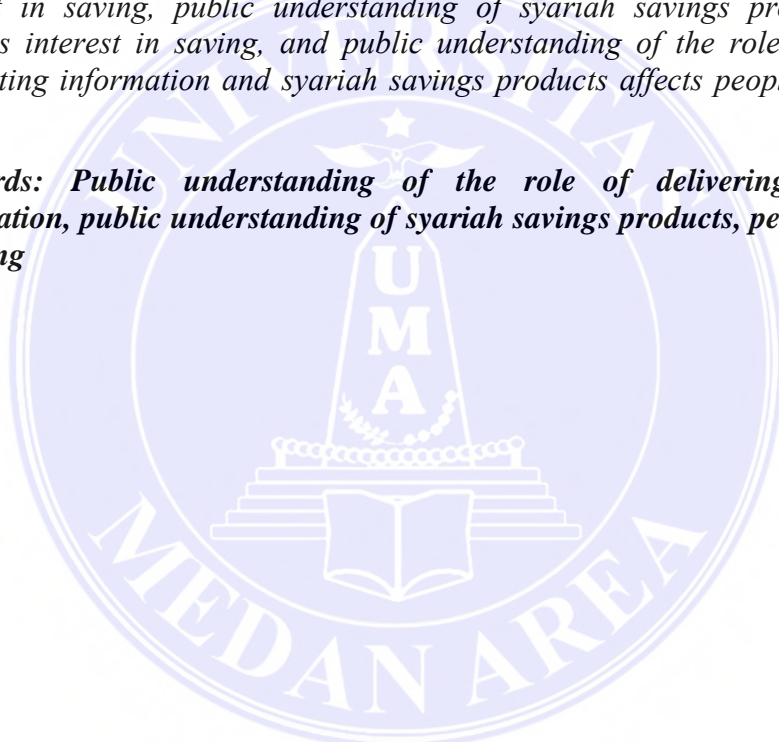


THARIQUL JANNAH
NPM : 188330100

ABSTRACT

The aims of this study are knowing the effect of public understanding on the role of delivering accounting information on people's interest in saving. Knowing the effect of public understanding of syariah saving's products on people's interest in saving. Knowing the effect of public understanding on the role of delivering accounting information and syariah savings products to the public's interest in saving at PT Bank Syariah Indonesia Medan KC Kampung Baru. The population of this research is 755 customers of Bank Syariah Indonesia domiciled in Medan KC Kampung Baru with a sample of 90 respondents. The data was collected using questionnaire survey and multiple linear regression was applied to analyze the data. The data analysis technique used is multiple linear regression with the help of IBM SPSS 20 Software. The results of this study indicated that public understanding of the role of delivering accounting information affects people's interest in saving, public understanding of syariah savings products affects people's interest in saving, and public understanding of the role of delivering accounting information and syariah savings products affects people's interest in saving.

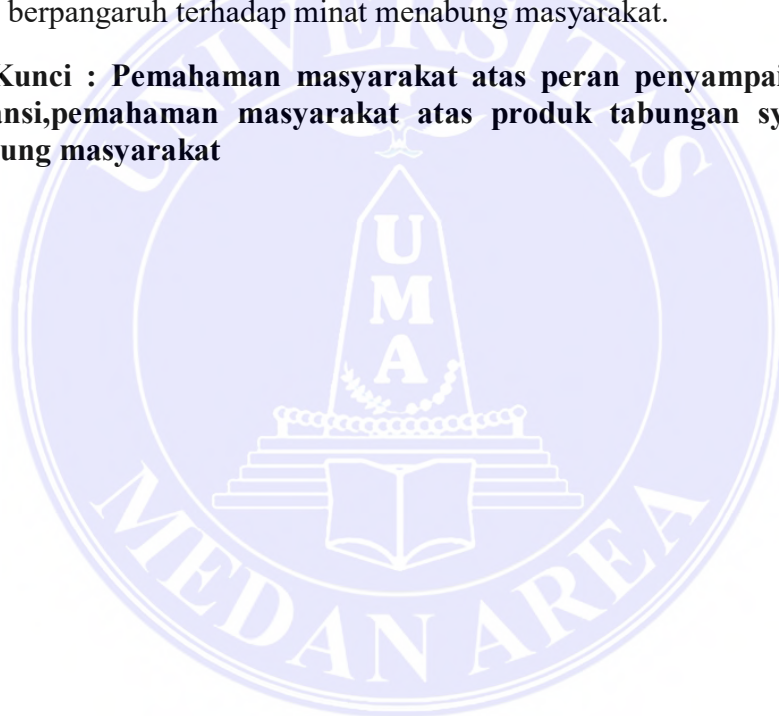
Keywords: *Public understanding of the role of delivering accounting information, public understanding of syariah savings products, people's interest in saving*



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pemahaman masyarakat atas peran penyampaian informasi akuntansi dan produk tabungan syariah terhadap minat terhadap minat menabung masyarakat pada PT Bank Syariah Indonesia Medan KC Kampung Baru. Populasi penelitian ini adalah 755 masyarakat yang memiliki tabungan Bank Syariah Indonesia yang berkedudukan di Medan KC Kampung Baru sedangkan sampel pada penelitian ini sebanyak 90 responden. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan survei kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda dengan bantuan Software IBM SPSS 20. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pemahaman masyarakat atas peran penyampaian informasi akuntansi berpengaruh terhadap minat menabung masyarakat, pemahaman masyarakat atas produk tabungan syariah berpengaruh terhadap minat menabung masyarakat, pemahaman masyarakat atas peran penyampaian informasi akuntansi dan produk tabungan syariah berpengaruh terhadap minat menabung masyarakat.

Kata Kunci : Pemahaman masyarakat atas peran penyampaian informasi akuntansi, pemahaman masyarakat atas produk tabungan syariah, minat menabung masyarakat



RIWAYAT HIDUP

Peneliti Thariqul Jannah dilahirkan di Medan, Kecamatan Medan Helvetia, Kabupaten Kota Medan, Provinsi Sumatera Utara. Pada tanggal 02 Juni 1999, anak pertama dari Bapak Muhammad Juzli Noor, SE dan Ibu Lenny Dwi Fitri Ilham. Memiliki saudara kandung 2 (dua) orang. Pada tahun 2017 peneliti lulus dari SMA Swasta Kartika 1-2 Medan, dan tahun 2018 peneliti melanjutkan pendidikan di perguruan tinggi swasta di Universitas Medan Area Fakultas Ekonomi dan Bisnis program studi Akuntansi. Dan menyelesaikan pendidikan strata satu (S1) pada tahun 2022.



KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Alhamdulillah, puji syukur peneliti ucapkan kepada Allah SWT karena berkat rahmat dan karuniaNya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Pemahaman Masyarakat atas Peran Penyampaian Informasi Akuntansi dan Produk Tabungan Syariah terhadap Minat Menabung Masyarakat pada PT Bank Syariah Indonesia Medan KC Kampung Baru”. Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Akuntansi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Medan Area.

Dalam penyusunan skripsi ini peneliti menyadari banyak pihak yang memberikan dukungan dan bantuan selama menyelesaikan tugas akhir ini. Oleh karena itu, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada beberapa pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan, yaitu:

1. Bapak Prof. Dr. Dadan Ramdan. M.Eng., MSc selaku Rektor Universitas Medan Area
2. Bapak Ahmad Rafiki, BBA (Hons), MMgt, Ph.D, CIMA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area
3. Ibu Fauziah Rahman, S.Pd, M.Ak selaku Ketua Program Studi Akuntansi yang sudah memberikan waktunya demi kelancaran pembuatan Skripsi ini.
4. Ibu Sucitra Dewi, SE, M.Si selaku Dosen Sekretaris yang telah banyak memberikan masukan dan arahan sehingga skripsi ini dapat selesai dengan baik.

5. Ibu Rana Fathinah Ananda, SE, M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak memberikan waktu untuk membimbing dengan memberikan banyak arahan dan motivasi sehingga skripsi ini dapat selesai dengan baik.
6. Ibu Sari Nuzullina Rahmadhani, SE, M.Acc, Ak selaku Dosen Pembimbing yang sudah memberikan saran dan arahan dengan baik sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
7. Ibu Diah Ayu Sari Dewi selaku *Branch Manager* Bank Syariah Indonesia Medan KC Kampung Baru.
8. Seluruh Staff Bank Syariah Indonesia Medan KC Kampung Baru terutama untuk Bapak Supriadi dan kakak Rizki Indah Lestari yang sudah memberikan dukungan sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
9. Kedua orang tua Muhammad Juzli Noor, SE dan Lenny Dwi Fitri Ilham, adik Meutia Nurhafiza dan Zaid Hanafiah dan keluarga tercinta yang memberikan semangat dan doa sehingga skripsi dapat selesai dengan baik.

Peneliti menyadari bahwa penulisan skripsi ini memiliki banyak kekurangan dalam penulisan dan penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, dengan kerendahan hati peneliti mengharapkan masukan dan saran untuk membangun perbaikan dimasa depan. Akhir kata peneliti ucapkan terima kasih.

Walaikumsalam Warohmatullahi Wabarokatuh

Penulis,



ThariqulJannah

(188330100)

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRACT	v
ABSTRAK	vi
RIWAYAT HIDUP	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Tujuan Penelitian.....	4
1.4. Manfaat Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1. Teori Tabungan	6
2.2. Teori Syariah.....	6
2.2.1. Pembiayaan Prinsip Murabahah	7
2.2.2. Pembiayaan Prinsip Mudharabah.....	7
2.2.3. Pembiayaan Prinsip Musyarakah	8
2.3. Teori Pemahaman.....	8
2.4. Minat Menabung	9
2.4.1. Pengertian Minat Menabung	9
2.5. Produk Tabungan Syariah	10
2.5.1. Pengertian Produk Tabungan Syariah	10
2.5.2. Tabungan Prinsip Wadiah	10
2.5.3. Karakteristik Prinsip Wadiah	11
2.5.4. Tabungan Prinsip Mudharabah	12
2.5.5. Karakteristik Prinsip Mudharabah	12
2.6. Produk Tabungan Bank Syariah Indonesia	13
2.7. Informasi Akuntansi	15
2.7.1. Karakteristik Informasi Akuntansi.....	15
2.7.2. Jenis-Jenis Informasi Akuntansi	17
2.7.3. Peran Penyampaian Informasi Akuntansi	18
2.7.4. Indikator Peran Penyampaian Informasi Akuntansi	19

2.8. Penelitian Terdahulu	19
2.9. Kerangka Konseptual	21
2.10. Pengembangan Hipotesis	22
2.10.1. Pengaruh Pemahaman Masyarakat atas Peran Penyampaian Informasi Akuntansi terhadap Minat Menabung Masyarakat	22
2.10.2. Pengaruh Pemahaman Masyarakat atas Produk Tabungan Syariah terhadap Minat Menabung Masyarakat	23
2.10.3. Pengaruh Pemahaman Masyarakat atas Peran Penyampaian Informasi Akuntansi dan Produk Tabungan Syariah secara simultan terhadap Minat Menabung Masyarakat	24
BAB III METODE PENELITIAN	26
3.1. Jenis, Tempat dan Waktu Penelitian	26
3.1.1. Jenis Penelitian	26
3.1.2. Tempat Penelitian	26
3.1.3. Waktu Penelitian	26
3.2. Populasi dan Sampel	27
3.2.1. Populasi	27
3.2.2. Sampel	27
3.3. Defenisi Operasional Variabel	28
3.3.1. Pemahaman Masyarakat atas Peran Penyampaian Informasi Akuntansi (X1)	28
3.3.2. Pemahaman Masyarakat atas Produk Tabungan Syariah (X2)	29
3.3.3. Minat Menabung Masyarakat (Y)	29
3.4. Jenis dan Sumber Data	29
3.4.1. Jenis Data	29
3.4.2. Sumber Data	29
3.5. Teknik Pengumpulan Data	30
3.6. Teknik Analisis Data	30
3.6.1. Uji Instrumen Penelitian	30
3.6.2. Uji Asumsi Klasik	31
3.6.3. Metode Regresi Linear Berganda	33
3.6.4. Uji Hipotesis	34
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	36
4.1. Gambaran Umum PT Bank Syariah Indonesia (BSI)	36
4.1.1. Sejarah Singkat PT Bank Syariah Indonesia (BSI) Medan KC Kampung Baru	36

4.1.2. Visi dan Misi PT Bank Syariah Indonesia (BSI) Medan KC Kampung Baru.....	37
4.1.3. Struktur Organisasi PT Bank Syariah Indonesia Medan KC Kampung Baru.....	37
4.2. Karakteristik Responden.....	38
4.2.1. Jenis Kelamin Responden.....	38
4.2.2. Usia Responden.....	39
4.2.3. Pekerjaan Responden.....	40
4.2.4. Pendidikan Terakhir Responden.....	41
4.3. Deskripsi Data Penelitian.....	41
4.3.1. Pemahaman Masyarakat atas Peran Penyampaian Informasi Akuntansi (X1)	42
4.3.2. Pemahaman Masyarakat atas Produk Tabungan Syariah (X2).....	44
4.3.3. Minat Menabung (Y).....	48
4.4. Uji Instrumen Penelitian.....	49
4.4.1. Uji Validitas.....	49
4.4.2. Uji Reliabilitas.....	51
4.5. Uji Asumsi Klasik.....	52
4.5.1. Uji Normalitas.....	52
4.5.2. Uji Multikolinieritas.....	54
4.5.3. Uji Heterokedasitas.....	55
4.6. Uji Regresi Linear Berganda.....	56
4.7. Uji Hipotesis.....	57
4.7.1. Uji t (Parsial).....	57
4.7.2. Uji F (simultan).....	59
4.7.3. Koefisien Determinasi (R^2).....	61
4.8. Pembahasan.....	62
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	64
5.1. Kesimpulan.....	64
5.2. Saran.....	64
DAFTAR PUSTAKA	66
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 : Penelitian Terdahulu	20
Tabel 3.1 : Waktu Penelitian.....	27
Tabel 3.2 : Skala Likert.....	30
Tabel 4.1 : Jenis Kelamin Responden.....	39
Tabel 4.2 : Usia Responden	39
Tabel 4.3 : Pekerjaan Responden.....	40
Tabel 4.4 : Pendidikan Terakhir.....	41
Tabel 4.5 : Hasil Kuesioner Regresi	42
Tabel 4.6 : Hasil Kuesioner Regresi	44
Tabel 4.7 : Hasil Kuesioner Regresi	48
Tabel 4.8 : Hasil Uji Validitas Instrumen	50
Tabel 4.9 : Hasil Uji Reliabilitas Instrumen.....	51
Tabel 4.10 : Hasil Uji Reliabilitas Instrumen.....	51
Tabel 4.11 : Hasil Uji Reliabilitas Instrumen.....	52
Tabel 4.12 : Uji Multikolinieritas.....	54
Tabel 4.13 : Uji Regresi Linear Berganda	56
Tabel 4.14 : Uji Parsial.....	57
Tabel 4.15 : Uji Simultan.....	60
Tabel 4.16 : Uji Koefisien Determinasi	61

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 : Kerangka Konseptual.....	21
Gambar 4.1 : Struktur Organisasi.....	38
Gambar 4.2 : Histogram Normal Curve.....	52
Gambar 4.3 : Normal Probability Plot	53
Gambar 4.4 : Uji Heterokedastisitas Grafik Scatterplot.....	55



BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Indonesia selaku negeri dengan penduduk muslim terbanyak di dunia, mempunyai kemampuan untuk menjadi yang terdepan dalam industri keuangan syariah. PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI) merupakan penggabungan usaha dari ketiga Bank Syariah BUMN, yaitu Bank Syariah Mandiri (BSM), Bank Negara Indonesia Syariah (BNIS) dan Bank Rakyat Indonesia Syariah (BRIS) yang diresmikan Presiden Joko Widodo pada 01 Februari 2021 menjadi Bank Syariah Indonesia (BSI). Penggabungan ini bertujuan untuk menyatukan keunggulan dari ketiga Bank Syariah tersebut agar memberikan layanan yang lebih lengkap, memiliki jangkauan yang lebih luas, dan memiliki kapasitas permodalan yang lebih baik (Bank Syariah Indonesia, 2021).

Sektor perbankan syariah merupakan sektor yang memiliki pengaruh yang besar terhadap kegiatan perekonomian masyarakat. Menurut Ascarya dan Yumanita (2005) bank syariah ialah penyedia jasa keuangan yang bekerja berlandaskan etika serta sistem nilai dalam islam. Artinya, bank syariah mempunyai prinsip syariah yang hanya membiayai aktivitas dari usaha yang halal, bebas dari bunga dan beban, bebas dari aktivitas spekulatif yang non produktif seperti perjudian, bebas dari sesuatu yang tidak jelas serta meragukan.

Penerapan aktivitas Bank Syariah Indonesia (BSI) pada umumnya sangat memerlukan data akuntansi yang akurat dan handal khususnya dalam

menyajikan informasi yang sesuai dengan kebutuhan manajemen ataupun berbagai pihak luar bank yang memerlukannya. Apabila pihak bank menyajikan data dan informasi yang tidak sesuai dengan permintaan nasabah akan mengakibatkan minat menabung masyarakat menjadi menurun, sehingga dampak terburuknya adalah bank akan kehilangan nasabah. Menurut PSAK 101 industri perbankan syariah harus menyajikan informasi dan data transaksi syariah secara relevan dan wajar, sehingga memudahkan nasabah bertransaksi di bank syariah dengan baik dan benar (Ikatan Akuntansi Indonesia, 2015).

Menurut Iqbal, Hamid, dan Mastura, (2019) masyarakat merupakan aspek utama dalam melaksanakan suatu lembaga keuangan khususnya bank sebab masyarakatlah yang akan menjadi nasabah pada suatu bank, bila tidak terdapatnya nasabah maka bank tersebut tidak akan berjalan dengan lancar. bank syariah merupakan salah satu alternatif penyimpanan dana bagi masyarakat dan menyalurkan kembali kemasyarakat dalam bentuk pembiayaan ataupun bentuk produk-produk lainnya. Pemahaman masyarakat sangat mempengaruhi keputusan masyarakat dalam menggunakan produk tabungan syariah atau jasa keuangan, apabila masyarakat semakin paham terhadap produk tabungan syariah maka semakin mudah masyarakat dalam memilih produk tabungan syariah ataupun jasa keuangan yang tepat sesuai kebutuhan (Sitanggang dan Pratomo, 2017).

BSI memiliki beberapa produk untuk membantu kebutuhan perekonomian masyarakat, mulai dari produk pembiayaan, produk pendanaan serta jasa-jasa perbankan yang lainnya. Pada produk pembiayaan, Bank Syariah Indonesia (BSI) mempraktikkan sistem pembiayaan berdasarkan

prinsip akidah syariah dengan memakai tiga akad yaitu: BSI pembiayaan *mudharabah*, BSI pembiayaan *musyarakah* dan BSI pembiayaan *murabahah*, tidak hanya itu BSI juga mempunyai produk pendanaan seperti BSI tabungan *easy mudharabah*, BSI tabungan *easy wadiah*, BSI tabungan haji Indonesia dan BSI tabungan junior. Salah satu produk pendanaan yang banyak menarik minat masyarakat adalah produk tabungan *easy mudharabah* dan *easy wadiah*, karena biaya yang digunakan dalam produk tersebut lebih kecil dibandingkan produk lainnya (Entaresmen dan Pertiwi, 2017).

Beberapa peneliti melakukan penelitian untuk topik bank syariah tentang pemahaman produk syariah dan informasi akuntansi terhadap minat menabung masyarakat. Diantaranya seperti penelitian Damayanti (2017) menunjukkan bahwa persepsi bagi hasil dan informasi akuntansi tidak berpengaruh terhadap minat menabung nasabah. Penelitian lainnya oleh Widiastuty (2020) menunjukkan bahwa bagi hasil dan penyampaian informasi akuntansi berpengaruh terhadap minat menabung masyarakat. Meskipun penelitian dengan variabel yang sama telah dilakukan penelitian terdahulu, namun belum ada penelitian yang dilakukan terhadap BSI. Hal ini dikarenakan Bank Syariah Indonesia (BSI) baru di sah kan pada tahun 2021.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik meneliti masalah Pemahaman masyarakat atas peran penyampaian informasi akuntansi, produk tabungan syariah dan minat menabung masyarakat. Hal inilah yang melatar belakangi peneliti mengambil judul **“Pengaruh Pemahaman Masyarakat atas Peran Penyampaian Informasi Akuntansi dan Produk Tabungan**

Syariah terhadap Minat Menabung Masyarakat pada PT Bank Syariah Indonesia Medan KC Kampung Baru”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka dirumuskan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Apakah pemahaman masyarakat atas peran penyampaian informasi akuntansi berpengaruh terhadap minat menabung masyarakat pada Bank Syariah Indonesia?
2. Apakah pemahaman masyarakat atas produk tabungan syariah berpengaruh terhadap minat menabung masyarakat pada Bank Syariah Indonesia?
3. Apakah pemahaman masyarakat atas peran penyampaian informasi akuntansi dan produk tabungan syariah berpengaruh secara simultan terhadap minat menabung masyarakat pada Bank Syariah Indonesia?

1.3. Tujuan Penelitian

Untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian ini dirumuskan tujuan penelitian yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh pemahaman masyarakat atas peran penyampaian informasi akuntansi terhadap minat menabung masyarakat pada Bank Syariah Indonesia
2. Untuk mengetahui pengaruh pemahaman masyarakat atas produk tabungan syariah terhadap minat menabung masyarakat pada Bank Syariah Indonesia

3. Untuk mengetahui pengaruh pemahaman masyarakat atas peran penyampaian informasi akuntansi dan produk tabungan syariah secara simultan terhadap minat menabung masyarakat pada Bank Syariah Indonesia

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun yang menjadi manfaat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini digunakan untuk menambah wawasan dan pemahaman yang lebih luas tentang perbankan syariah.

2. Bagi Akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah keilmuan dan menjadi sumber penelitian di masa yang akan datang agar penelitian ini menjadi terus berkembang.

3. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini digunakan sebagai bahan masukan dan evaluasi kepada Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Kampung Baru untuk meningkatkan kualitas peran penyampaian informasi akuntansi tentang produk syariah kepada masyarakat.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Teori Tabungan

Menurut Keynes (1936) menyatakan bahwa tabungan muncul karena adanya tingkat pendapatan yang tidak dikonsumsi pada periode yang sama. Menurut pandangan Keynes apabila tingkat pendapatan naik maka jumlah yang ditabung akan ikut naik atau lebih besar dari sebelumnya karena tinggi rendahnya pendapatan menjadi aspek penting yang mempengaruhi besar kecilnya tabungan. Tabungan terbagi ada dua yaitu tabungan konvensional dan tabungan syariah. Menurut Abdullah dan Wahjusaputri (2018) tabungan konvensional merupakan bentuk simpanan yang menggunakan sistem bunga sedangkan tabungan syariah merupakan bentuk simpanan yang berdasarkan prinsip-prinsip Islam. Maka dari itu, yang membedakannya adalah tabungan syariah sesuai unsur Islam yang tidak menggunakan unsur riba ataupun bunga sebagai dasar ketentuan transaksinya (Lutfiati, 2019).

2.2. Teori Syariah

Kata syariah berasal dari bahasa arab yaitu *as-syariah* yang berkonotasi *masyra'ah al-ma'* (sumber air minum). Dalam bahasa Arab, *syara'a* adalah nahaja yang berarti mengambil, *aw'dhaha* (menjelaskan) dan *bayyana al-masalik* (menunjukkan jalan). Menurut Qardhawi (1990) mengemukakan bahwa arti syariah dalam pandangan Islam sangat luas dan meliputi segala hal yang ada didalamnya seperti aspek kehidupan mulai dari aspek ibadah, aspek bisnis, aspek keluarga, aspek hukum serta aspek

peradilan yang berhubungan dengan antar negara. Menurut Syaltout (1965) syariah merupakan bentuk peraturan yang diciptakan dan diturunkan oleh Allah agar manusia patuh kepadaNya dalam hubungannya dengan tuhanNya, hubungan dengan sesama muslim, sesama manusia, alam semesta dan kehidupan. Salah satu peraturan yang diturunkan Allah adalah larangan riba. Maka dari itu, Bank Syariah melakukan kegiatan usahanya menggunakan prinsip syariah Islam. Prinsip syariah Islam merupakan prinsip yang tidak menerapkan sistem bunga didalam kegiatan usahanya tetapi memakai prinsip bagi hasil atau nisbah sesuai dengan syariah Islam (Agustin, 2021).

2.2.1. Pembiayaan Prinsip Murabahah

Menurut PSAK 102 mengenai Akuntansi Perbankan Syariah, prinsip *murabahah* mengatur pengukuran, pengakuan dan penyajian pada transaksi *murabahah* seperti saat aktiva *murabahah* diperoleh, saat akad terjadi, adanya potongan pelunasan atau angsuran, denda dan uang muka. Maka dari itu, pembiayaan *murabahah* adalah kegiatan transaksi penjualan barang dengan menyatakan harga perolehan dan keuntungan yang disepakati kedua belah pihak yaitu antara penjual dan pembeli (Ikatan Akuntan Indonesia, 2007).

2.2.2. Pembiayaan Prinsip Mudharabah

Menurut PSAK 105 mengenai Akuntansi Perbankan Syariah, prinsip mudharabah memberikan penyajian dan pengungkapan atas transaksi mudharabah, baik sebagai pemilik dana maupun pengelola dana. Oleh karena itu, dana yang disediakan oleh pemilik dana dikelola oleh

pengelola dana, keuntungan dibagikan oleh kedua belah pihak sesuai kesepakatan yang disepakati kedua belah pihak, dan kerugian ditanggung oleh pemilik dana (Ikatan Akuntan Indonesia, 2007).

2.2.3. Pembiayaan Prinsip Musyarakah

Menurut PSAK 106 mengenai Akuntansi Perbankan Syariah, prinsip *musyarakah* ialah mengatur suatu penyajian, pengukuran dan pengungkapan pada transaksi *musyarakah*. Oleh karena itu, pembiayaan musyarakah merupakan suatu bentuk kerjasama antara dua pihak atau lebih untuk mendirikan suatu usaha, masing-masing pihak memberikan kontribusi dalam bentuk modal, dan keuntungan serta risiko ditanggung sesuai kesepakatan yang disepakati kedua belah pihak (Ikatan Akuntan Indonesia, 2007).

2.3. Teori Pemahaman

Menurut Bloom (1979) pemahaman merupakan suatu kemampuan seseorang untuk menyerap, menangkap makna atau arti dari objek yang diberikan. Pemahaman ini bertujuan agar seseorang mampu mengenali dan mengembangkan potensi yang ada, serta menunjukkan cara seseorang dalam menentukan arti informasi yang didapatkan sehingga menimbulkan pengetahuan dan kepercayaan secara personal. Pemahaman seseorang mengenai bank syariah mempengaruhi sikap seseorang terhadap produk yang ditawarkan, sehingga semakin baik pemahaman seseorang tentang produk yang ditawarkan maka akan semakin mudah seseorang dalam menggunakan produk ataupun layanan perbankan syariah sesuai dengan kemampuan dan kebutuhannya masing-masing (Rosyid dan Saidah, 2016).

2.4. Minat Menabung

2.4.1. Pengertian Minat Menabung

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) minat merupakan sesuatu bentuk dari motivasi, harapan, gairah, dan ketertarikan kepada sesuatu ataupun keinginan terhadap sesuatu kegiatan yang menjadi objek disertai dengan perasaan puas. Menurut Dayaan (2017) minat muncul apabila seseorang tertarik kepada sesuatu karena sesuai dengan kebutuhan dan memiliki manfaat bagi dirinya. Minat masyarakat terhadap sesuatu jasa keuangan syariah ialah hasil petunjuk atau aktivitas dari dalam diri masyarakat dalam mengambil keputusan untuk memilih jasa lembaga keuangan syariah yang diinginkan, sehingga akhirnya dapat merekomendasikan dan memberikan saran kepada orang-orang yang terdekat pendapatnya (Rosisster dan Percy, 1992).

Damayanti (2016) berpendapat bahwa menabung artinya menahan diri dari hawa nafsu agar tidak membeli sesuatu yang tidak penting untuk memenuhi kebutuhan yang lebih penting di masa depan. Menabung dari sudut pandang islam ialah menyisihkan sebagian harta untuk keperluan di masa yang akan datang sehingga pada saat dibutuhkan sudah tersedia dana yang cukup memadai. Minat menabung masyarakat merupakan kompetensi yang memunculkan sesuatu objek sehingga membuat seorang maupun calon nasabah merasa bahagia serta muncul suatu bentuk kemauan untuk menabung (Mardiah, 2017).

Fitriani (2018) menyatakan bahwa indikator untuk mengukur minat menabung masyarakat di bank syariah yakni sosialisasi dan promosi.

Berdasarkan definisi diatas dapat disimpulkan bahwa minat menabung adalah bentuk keinginan seseorang dengan menyisihkan sebagian uang dan menahan diri untuk tidak membeli sesuatu demi keinginan dimasa depan.

2.5. Produk Tabungan Syariah

2.5.1. Pengertian Produk Tabungan Syariah

Pada dasarnya, sebagai lembaga keuangan syariah dapat memberikan jasa-jasa keuangan yang serupa dengan Bank Syariah pada umumnya, Bank Syariah memiliki kegiatan seperti melakukan usaha penerahan dana masyarakat serta memberikan jasa-jasa keuangan kepada masyarakat. Secara umum produk tabungan syariah ialah sesuatu usaha yang menjauhi dari praktek riba dalam segala transaksi, memakan harta orang lain (*Gharar*) serta bertaruh dari perjudian (*Maisir*). Fatwa Dewan Syariah No: 02/DSN-MUI/IV/2000 menyatakan bahwa prinsip yang dibenarkan dalam produk tabungan syariah ialah prinsip wadiah dan prinsip mudharabah (Afrianty, Isnaini dan Oktarina, 2020).

2.5.2. Tabungan Prinsip Wadiah

Menurut Fauziah, Toha dan Prahara (2019) bahwa dalam tabungan ini bank menerima tabungan dari nasabah dalam wujud tabungan bebas sementara itu akad yang diikat oleh bank dengan nasabah dalam wujud wadiah. Titipan nasabah tersebut tidak menanggung efek kerugian, serta bank membagikan bonus kepada nasabah. Bonus tabungan wadiah itu bisa diperhitungkan secara setiap hari serta dibayarkan kepada nasabah tiap bulannya.

2.5.3. Karakteristik Prinsip Wadiah

Wiroso (2011) menemukan bahwa terdapat beberapa karakteristik prinsip wadiah yaitu wadiah yad amanah maupun wadiah yad dhamanah adalah sebagai berikut:

1. *Wadiah Yad Al Amanah*

Wadiah yad- amanah ialah dimana penerima tidak boleh memakai benda titipan tersebut hingga diambil kembali oleh penitip.

- a. Ialah titipan murni
- b. Benda yang dititipkan tidak boleh digunakan
- c. Sewaktu titipan dikembalikan wajib dalam kondisi utuh baik nilai maupun wujud barangnya
- d. Apabila sepanjang dalam penitipan kedapatan kerusakan maka pihak yang menerima titipan tidak dibebani tanggung jawab

2. *Wadiah Yad Ad Dhamanah*

Wadiah yad ad dhamanah ialah titipan dimana benda titipan sepanjang belum dikembalikan kepada penitip bisa dimanfaatkan oleh penerima titipan.

- a. Penerima titipan diberi izin buat memakai serta dan mengambil khasiat dari titipan tersebut.
- b. Penerima titipan memiliki kewajiban buat bertanggung jawab terhadap kehabisan ataupun kehancuran benda tersebut
- c. Seluruh keuntungan yang diperoleh dari titipan tersebut menjadi hak penerima titipan.

- d. Selaku imbalan kepada pemilik benda ataupun dana bisa diberikan semacam insentif berbentuk bonus, yang tidak diisyaratkan tadinya.

2.5.4. Tabungan Prinsip Mudharabah

Hasan (2018) mengemukakan bahwa mudharabah merupakan sesuatu akad ataupun perjanjian antara 2 orang ataupun lebih, dimana pihak awal membagikan modal usaha, sedangkan pihak yang disebut pengelola modal menyediakan tenaga serta keahliannya saja, dengan syarat dibagi diantara mereka sesuai dengan kesepakatan mereka tetapkan bersama.

2.5.5. Karakteristik Prinsip Mudharabah

Menurut Harahap, Wiroso dan Yusuf (2010) bahwa mudharabah memiliki beberapa karakteristik dalam bertransaksi yaitu:

1. Dana Mudharabah

Dana mudharabah yang dikumpulkan wajib dalam wujud uang tunai serta bukan piutang dan juga dinyatakan dengan jelas jumlahnya dan wajib diserahkan kepada pengelola modal, guna menyelenggarakan aktivitas usaha.

2. Keuntungan

Pembagian keuntungan wajib berdasarkan sesuai dengan nisbah yang disepakati serta sesuai dengan akad yang sudah diresmikan. Nisbah keuntungan yang berlandaskan perjanjian yang disetujui pada awal kontrak serta tidak terdapat jaminan

kepada pemilik modal kalau pemilik modal akan selalu memperoleh keuntungan.

2.6. Produk Tabungan Bank Syariah Indonesia

Adapun produk tabungan bank syariah Indonesia adalah sebagai berikut:

a. BSI Tabungan Bisnis

Tabungan yang menggunakan akad Mudharabah Muthlaqah, tabungan ini untuk para pengusaha yang melakukan limit transaksi hariannya lebih tinggi.

b. BSI Tabungan Easy Mudharabah

Merupakan tabungan yang setiap setoran dan penarikannya dapat dilakukan hanya selama jam operasional kas pada kantor bank

c. BSI Tabungan Easy Wadiah

Merupakan tabungan yang setoran dan penarikannya dapat dilakukan setiap saat selama jam operasional kas pada kantor bank ataupun lewat dari ATM

d. BSI Tabungan Efek Syariah

Merupakan tabungan untuk nasabah perorangan yang melakukan ataupun menyelesaikan kegiatan transaksi efek di pasar modal.

e. BSI Tabungan Haji Indonesia

Merupakan tabungan untuk nasabah yang akan merencanakan umroh dan haji yang berdasarkan prinsip syariah dengan berbagai pilihan akad yaitu Wadiah Yah Dhamanah maupun Mudharabah Muthlaqah.

f. BSI Tabungan Junior

Merupakan tabungan khusus anak dibawah umur 17 tahun, tabungan ini bertujuan untuk memacu semangat pada anak agar bisa terbiasa menabung sejak dini.

g. BSI Tabungan Mahasiswa

Merupakan tabungan yang menggunakan akad wadiah khusus mahasiswa baik perguruan tinggi negeri maupun perguruan tinggi swasta atau pegawai yang memiliki kerjasama dengan bank.

h. BSI Tabungan Payroll

Merupakan tabungan simpanan berupa gaji atau penghasilan yang biasa diperuntukkan oleh karyawan, suatu kelompok atau organisasi kepentingan. Tabungan ini dikhususkan oleh nasabah migran ataupun payroll.

i. BSI Tabungan Simpanan Pelajar

Merupakan tabungan yang diterbitkan secara nasional oleh Bank Syariah Indonesia dengan persyaratan yang menarik agar dapat mengedukasi para pelajar dengan menumbuhkan budaya untuk terbiasa menabung sejak dini.

j. BSI Tabungan Rencana

tabungan yang dibuka bertujuan untuk nasabah yang melakukan perencanaan atau program keuangan melalui sistem debit otomatis dan asuransi gratis

k. BSI Tabungan Valas

Merupakan tabungan dengan mata uang dollar yang setiap setoran dan penarikannya dapat dilakukan setiap saat.

2.7. Informasi Akuntansi

Menurut Mardi (2013) Informasi merupakan data yang sudah diolah kemudian menjadi bentuk lebih berguna dan lebih bermanfaat bagi yang menerimanya seperti menggambarkan suatu kejadian dan kesatuan yang nyata serta digunakan untuk melakukan pengambilan keputusan. Oleh karena itu, perusahaan sangat membutuhkan suatu informasi khususnya informasi akuntansi guna menjadi lebih produktif dan mempermudah dalam mengambil suatu keputusan. Informasi Akuntansi merupakan susunan formulir, catatan dan peralatan yang diperoleh dari proses rutin transaksi akuntansi sehingga menghasilkan informasi keuangan yang dibutuhkan manajemen untuk mempermudah pengelolaan perusahaan (Mulyadi, 2001).

2.7.1. Karakteristik Informasi Akuntansi

Terdapat empat karakteristik informasi akuntansi menurut Ikatan Akuntan Indonesia (2016) sebagai syarat informasi keuangan yang bermanfaat adalah sebagai berikut:

1. *Understandable* (dapat dipahami)

Laporan keuangan yang gampang dimengerti hendaknya informasi yang ditampung memberikan kemudahan agar dapat dimengerti oleh para pengguna. Oleh Karena itu, pengguna diasumsikan mempunyai pengetahuan yang mencukupi tentang kegiatan ekonomi serta bisnis, akuntansi, sehingga adanya

keinginan untuk mempelajari informasi dengan kesungguhan yang wajar.

2. *Relevant* (relevan)

Informasi wajib relevan untuk memenuhi kebutuhan si pengguna dalam melakukan proses pengambilan keputusan. Informasi memiliki mutu relevan jika dapat mempengaruhi keputusan ekonomi pengguna dengan menolong mereka mengevaluasi, hasil penilaian pengguna pada masa lalu.

3. *Reliable* (keandalan)

Informasi wajib andal, secara rinci, informasi memiliki pengertian sebagai berikut:

- a. Mencerminkan kejujuran
- b. Menggambarkan permasalahan pokok ekonomi dari sesuatu kejadian
- c. Leluasa dari keterpihakkan
- d. Mencerminkan kehati-hatian
- e. Mencakup seluruh perihal yang material

4. *Comparability* (dapat dibanding) pengguna wajib bisa membandingkan laporan keuangan perseroan antar periode untuk mengindenfikasikan kecendrungan dan posisi kinerja keuangan, serta melakukan evaluasi membandingkan antara posisi keuangan, kinerja dan perubahan posisi keuangan secara relatif dengan priode pada masa lalu.

2.7.2. Jenis-Jenis Informasi Akuntansi

Adapun beberapa jenis pada informasi akuntansi menurut Belkaoui (2000), informasi akuntansi digolongkan menjadi tiga jenis yaitu:

1. Informasi Operasi

Informasi operasi digunakan sebagai perlengkapan evaluasi atas penerapan aktivitas operasional perusahaan, baik secara keseluruhan, bagian-bagian maupun individu-individu yang diberi kewenangan dan tanggung jawab, serta sebagai perlengkapan guna untuk mengukur tingkat kegiatan-kegiatan usaha yang dilaksanakan perusahaan.

2. Informasi akuntansi manajemen

Informasi akuntansi manajemen dihasilkan oleh sistem pengolahan informasi keuangan, maka dari itu informasi akuntansi manajemen ini disajikan kepada manajemen perusahaan. Bagi manajemen, data akuntansi digunakan untuk menyusun perencanaan, serta pengawasan terhadap operasional perusahaan. Informasi ini khusus diperuntukan untuk kepentingan manajemen, informasi ini digunakan dalam tiga peranan yaitu: perencanaan, implementasi dan pengendalian.

3. Informasi akuntansi keuangan

Informasi akuntansi keuangan digunakan manajer ataupun untuk pihak eksternal perusahaan, dengan tujuan untuk menyajikan

data tentang posisi keuangan, kinerja dan pergantian keuangan sesuatu perusahaan yang berguna untuk beberapa besar pengguna dalam mengambil keputusan ekonomi.

Oleh sebab itu, pemakaian informasi akuntansi selaku dasar pengambilan keputusan yang sangat berguna dalam merancang. Mengelola ataupun mengevaluasi. Pelaksanaan aktivitas bank pada biasanya sangat membutuhkan data akuntansi khususnya dalam menyajikan suatu laporan informasi yang sesuai dengan kebutuhan manajemen ataupun pihak luar bank yang memerlukannya.

2.7.3. Peran Penyampaian Informasi Akuntansi

Pada dasarnya penyampaian informasi akuntansi yang dihasilkan oleh perusahaan sangat dibutuhkan untuk memberikan sebuah informasi yang berkaitan dengan akuntansi baik pihak internal maupun pihak eksternal dari suatu perusahaan. Menurut Widjajanto (2001) dalam Hermaliani, Erica, Wasianti dan Liasnawaty (2019) peran penyampaian informasi akuntansi adalah rangkaian berbagai formulir, dokumen serta catatan perlengkapan termasuk komputer dan alat komunikasi dalam wujud laporan yang terkordinasi secara erat yang didesain untuk menyampaikan informasi keuangan yang diperlukan oleh perusahaan. Berdasarkan definisi diatas dapat disimpulkan bahwa penyampaian informasi akuntansi merupakan proses pengolahan, pencatatan, serta peringkasan data-data transaksi keuangan secara teratur sehingga menghasilkan informasi akuntansi.

2.7.4. Indikator Peran Penyampaian Informasi Akuntansi

Menurut Wijayanti (2018) indikator penyampaian informasi akuntansi ialah:

1. Ruang lingkup (*broad scope*) ialah membagikan informasi internal maupun external pada perusahaan, baik informasi akuntansi maupun non akuntansi, serta data yang berkaitan dengan area dan juga informasi masa yang akan datang.
2. Ketepatan waktu (*timeliness*) ialah sebuah informasi yang disampaikan dengan benar dan tepat waktu sehingga mempengaruhi mutu dalam pengambilan keputusan.
3. Agregasi (*aggregation*) ialah sesuatu informasi yang memberikan kejelasan mengenai kawasan yang menjadi tanggung jawab setiap manajer perseroan sesuai dengan manfaatnya masing-masing.
4. Integrasi (*integration*) ialah data yang di informasikan mempunyai ikatan antara bagian yang satu dengan yang lain dalam suatu perusahaan.

2.8. Penelitian Terdahulu

Sebagai bahan pertimbangan dalam penelitian ini akan dicantumkan beberapa hasil penelitian terdahulu oleh beberapa peneliti, diantaranya:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel yang diteliti	GAP Penelitian
1.	Neni Triana dan Fadhil Mahdi (2017)	Pengaruh Pemahaman Produk (Familiarity) Perbankan Syariah Terhadap Nasabah Menabung di IB Hasanah PT Bank BNI SYARIAH CABANG PONTIANAK	Variabel Independen: Pemahaman produk (<i>familiarity</i>) perbankan syariah Variabel Deependen: Nasabah Menabung	Variabel tambahan: Peran Penyampain Informasi Akuntansi Objek Penelitian: Bank Syariah Indonesia (BSI) Tahun Penelitian dilakukan: 2021
2.	Riyan Damayanti (2017)	Pengaruh Persepsi Bagi Hasil, Kualitas Pelayanan, dan Informasi Akuntansi terhadap Minat Menabung Nasabah pada Bank Muamalat Kabupaten Ponorogo	Variabel independen: Persepsi Bagi Hasil, Kualitas Pelayanan dan Informasi Akuntansi Variabel Dependen: Minat Menabung Nasabah	Variabel tambahan: Pemahaman masyarakat atas Produk Tabungan Syariah Objek Penelitian: Bank Syariah Indonesia (BSI) Tahun Penelitian dilakukan: 2021
3.	Zahara Fitriani (2018)	Pengaruh Tingkat Pengetahuan Siswa/Siswi terhadap Minat Menabung di Bank Syariah	Variabel Independen: Tingkat Pengetahuan Siswa/Siswa Variabel Dependen: Minat Menabung	Variabel tambahan: Peran Penyampaian Informasi Akuntansi dan Produk Tabungan Syariah Objek Penelitian: Bank Syariah Indonesia (BSI) Tahun Penelitian: 2021
4.	Tri Widiastuty, (2020)	Peran Penyampain Informasi Akuntansi, Bagi Hasil, dan Pemahamn Produk terhadap Minat Menabung Masyarakat Kota Bandung	Variabel Independen: Peran Penyampaian Informasi Akuntansi, Bagi Hasil dan Pemahaman Produk Variabel Dependen:	Variabel Tambahan: Pemahaman Masyarakat atas Produk Tabungan Syariah Objek Penelitian: Bank Syariah Indonesia (BSI)

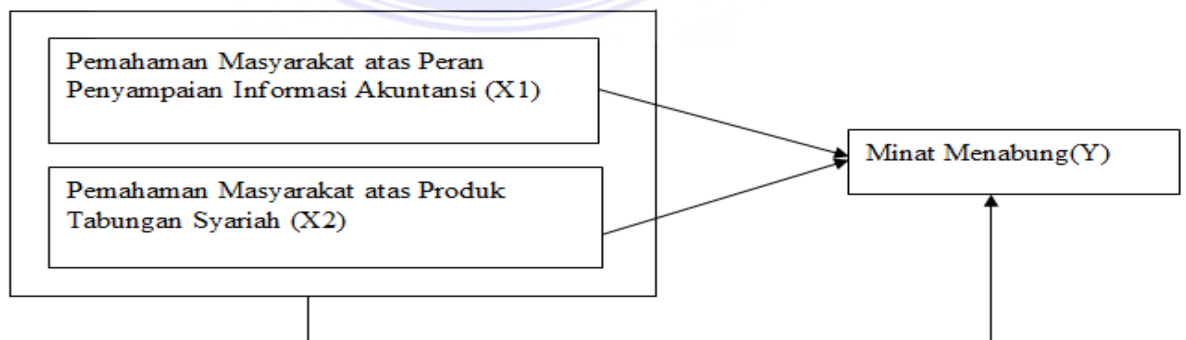
		di Bank Syariah	Minat Menabung Masyarakat	Tahun Penelitian: 2021
5.	Afriani Nur Hasanah (2021)	Pengaruh Pengetahuan Masyarakat tentang Perbankan Syariah terhadap Minat Menabung di Bank Syariah	Variabel Independen: Pengetahuan Masyarakat Variabel Dependen: Minat Menabung	Variabel Tambahan: Pemahaman Masyarakat atas Peran Penyampaian Informasi Akuntansi dan Pemahaman Masyarakat atas Produk Tabungan Syariah Objek Penelitian: Bank Syariah Indonesia (BSI)

Sumber : Peneliti (2022)

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu terdapat pada tahun penelitian, objek penelitian dan penggabungan variabel penelitian.

2.9. Kerangka Konseptual

Penelitian ini mencoba menghubungkan pengaruh pemahaman masyarakat atas peran penyampaian informasi akuntansi dan produk tabungan syariah terhadap minat menabung masyarakat pada PT Bank Syariah Indonesia Medan KC Kampung Baru.



Gambar 2.1
Kerangka Konseptual

Sumber : Peneliti (2022)

Pemahaman masyarakat atas peran penyampaian informasi akuntansi dan produk tabungan syariah merupakan variabel independen yang mempunyai hubungan dengan minat menabung sebagai variabel dependen.

2.10. Pengembangan Hipotesis

Menurut Sugiyono (2018) hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pertanyaan. Hipotesis dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan. Berdasarkan penjelasan diatas, maka peneliti merumuskan hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

2.10.1. Pengaruh Pemahaman Masyarakat atas Peran Penyampaian Informasi Akuntansi terhadap Minat Menabung Masyarakat

Sesuai dengan teori Bloom (1979) bahwa pemahaman merupakan suatu kemampuan seseorang dalam mengartikan suatu objek yang diberikan. Pemahaman sangat mempengaruhi keputusan masyarakat karena semakin baik pemahaman masyarakat atas informasi akuntansi yang disampaikan oleh Bank Syariah maka akan semakin tinggi tingkat minat menabung masyarakat pada Bank Syariah.

Berdasarkan penjelasan teori diatas bahwa teori ini didukung dengan adanya penelitian Widiastuty (2020) bahwa hasil penelitian ini menunjukkan penyampaian informasi akuntansi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung masyarakat kota bandung di Bank

Syariah, hal ini membuktikan bahwa penyampaian informasi akuntansi menjadi pertimbangan besar masyarakat untuk menabung di Bank Syariah. Oleh karena itu, semakin baik peran penyampaian informasi akuntansi maka semakin tinggi minat menabung masyarakat di Bank Syariah. Maka hipotesis dapat disimpulkan sebagai berikut:

H1: Pemahaman masyarakat atas peran penyampaian informasi akuntansi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung masyarakat pada PT Bank Syariah Indonesia Medan KC Kampung Baru.

2.10.2. Pengaruh Pemahaman Masyarakat atas Produk Tabungan

Syariah terhadap Minat Menabung Masyarakat

Sesuai dengan teori Keynes (1936) tinggi rendah tingkat pendapatan masyarakat sangat mempengaruhi jumlah yang akan ditabung karena semakin tinggi tingkat pendapatan masyarakat maka semakin besar jumlah yang akan ditabung dari sebelumnya, sehingga tingkat minat menabung masyarakat pada Bank Syariah menjadi lebih meningkat.

Teori ini didukung dengan adanya penelitian yang dilakukan oleh Ibrahim dan Rusdianto (2016) yang menunjukkan menunjukkan bahwa produk tabungan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung, hal ini membuktikan bahwa produk tabungan syariah memiliki manfaat bagi masyarakat karena Bank Syariah mampu

memberikan edukasi kepada masyarakat bahwa produknya terbebas dari unsur riba. Maka hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut:

H2: Pemahaman masyarakat atas produk tabungan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung masyarakat pada PT Bank Syariah Indonesia Medan KC Kampung Baru.

2.10.3. Pengaruh Pemahaman Masyarakat atas Peran Penyampaian Informasi Akuntansi dan Produk Tabungan Syariah secara simultan terhadap Minat Menabung Masyarakat

Secara teori Keynes (1936) bahwa tingkat tinggi rendahnya pendapatan masyarakat sangat mempengaruhi besar jumlah yang akan ditabung, oleh karena itu semakin tinggi tingkat pendapatan masyarakat maka semakin tinggi jumlah yang akan ditabung. Selain itu secara teori Bloom (1979) pemahaman sangat mempengaruhi keinginan, gairah ataupun keputusan seseorang, karena semakin baik pemahaman masyarakat atas peran penyampaian informasi akuntansi dan produk tabungan syariah yang diberikan pada Bank Syariah maka akan semakin tinggi tingkat minat menabung masyarakat pada Bank Syariah.

Berdasarkan penjelasan kedua teori diatas didukung dengan adanya penelitian dari Widiastuty (2020) dan Ibrahim & Rusdianto (2016) menunjukkan bahwa semakin baik informasi akuntansi yang dilakukan oleh perusahaan dari setiap produk tabungan syariah maka

semakin tinggi tingkat minat menabung masyarakat pada bank syariah.
Berdasarkan uraian tersebut, maka dirumuskan hipotesis berikut:

H3: Pemahaman masyarakat atas peran penyampaian informasi akuntansi dan produk tabungan syariah berpengaruh secara simultan terhadap minat menabung masyarakat pada PT Bank Syariah Indonesia Medan KC Kampung Baru.



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis, Tempat dan Waktu Penelitian

3.1.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Menurut Kasiram (2008) kuantitatif ialah metode penelitian yang memakai proses data yang berbentuk angka sebagai alat untuk menganalisis dan melakukan kajian sesuatu penelitian, khususnya mengenai apa yang telah diteliti. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui variabel bebas terhadap variabel terikat. Oleh sebab itu, penelitian ini juga menggunakan desain penelitian asosiatif kausal.

3.1.2. Tempat Penelitian

Penelitian ini di laksanakan pada PT. Bank Syariah Indonesia Tbk yang berkedudukan di Jalan Brigjend Katamso No. 717AB, Kampung Baru, Kecamatan Medan Maimun, Kota Medan, Sumatera Utara.

3.1.3. Waktu Penelitian

Waktu penelitian dimulai pada bulan November 2021 sampai dengan selesai. Adapun rincian pada kegiatan ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.1
Waktu Penelitian

No.	Jenis Kegiatan	2021				2022			
		Sept	Okt	Nov	Dec	Jan	Feb	Mar	Sept
1.	Pengajuan Judul Skripsi								
2.	Pembuatan Proposal								
3.	Bimbingan Proposal								
4.	Pengumpulan Data dan Analisis Data								
5.	Penyusunan dan Bimbingan Skripsi								
6.	Seminar Hasil								
7.	Sidang Meja Hijau								

Sumber : Peneliti (2022)

3.2. Populasi dan Sampel

3.2.1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan komponen yang akan dijadikan wilayah generalisasi (Cooper, Donald, Schindler dan Pamela 2003). Populasi pada penelitian ini adalah masyarakat yang memiliki tabungan Bank Syariah Indonesia yang berkedudukan di Medan KC Kampung Baru yaitu sebanyak 755 orang.

3.2.2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah yang mempunyai ciri-ciri tertentu yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2018). Penarikan sampel menggunakan teknik slovin. Teknik slovin merupakan suatu bentuk rumus yang digunakan untuk menghitung jumlah sampel dari populasi

yang diketahui (Michael, 1960). Adapun perhitungan penarikan sampel adalah sebagai berikut:

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

$$n = \frac{755}{1 + (755)0,01} = 88,30$$

$$n = 90$$

Berdasarkan perhitungan tersebut diperoleh sampel sebesar 88,30 yang dibulatkan menjadi 90 sampel yaitu 90 nasabah yang memiliki tabungan di Bank Syariah Indonesia baik dalam bentuk tabungan wadiah maupun mudharabah yang terdaftar pada Bank Syariah Indonesia Medan KC Kampung Baru.

3.3. Defenisi Operasional Variabel

Definisi operasional dikemukakan dengan tujuan untuk melihat seberapa jauh pemahaman dalam penelitian. Adapun definisi operasional dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

3.3.1. Pemahaman Masyarakat atas Peran Penyampaian Informasi

Akuntansi (X1)

Adapun pemahaman masyarakat atas peran penyampaian informasi akuntansi diukur dengan beberapa indikator (Wijayanti, 2018) sebagai berikut:

1. Ruang lingkup (*broad scope*)
2. Ketepatan waktu (*timeliness*)

3. Agregasi (*aggregation*)
4. Integrasi (*integration*)

3.3.2. Pemahaman Masyarakat atas Produk Tabungan Syariah (X2)

Adapun pemahaman masyarakat atas produk tabungan syariah diukur dengan beberapa indikator (Khairina, 2019) sebagai berikut:

1. Pemahaman produk penghimpunan dana
2. Pemahaman produk penyaluran dana
3. Pemahaman produk jasa

3.3.3. Minat Menabung Masyarakat (Y)

Adapun indikator untuk mengukur minat menabung masyarakat di Bank Syariah dengan beberapa indikator (Fitriani, 2018) sebagai berikut:

1. Sosialisasi
2. Promosi

3.4. Jenis dan Sumber Data

3.4.1. Jenis Data

Jenis data yang digunakan adalah data kuantitatif, yaitu dilakukan melalui studi lapangan dengan metode kuesioner.

3.4.2. Sumber Data

Sumber data yang digunakan ialah bentuk data primer. Menurut Sangadji dan Sopiha (2010) bahwa data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli. Data primer di

peroleh dengan menyebar kuesioner kepada para nasabah yang memiliki tabungan BSI KC Kampung Baru.

3.5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan survei kuesioner pada nasabah yang datang ataupun berkunjung ke Bank Syariah Indonesia. Melalui kuesioner kemudian akan direkapitulasi dan ditabulasi berdasarkan skor perolehan dari masing-masing indikator variabel yang dinilai menggunakan skala likert. Adapun skala likert ditunjukkan pada tabel dibawah ini:

Tabel 3.2
Skala Likert

No.	Skala Likert	Skor
1.	Sangat Setuju	5
2.	Setuju	4
3.	Kurang Setuju	3
4.	Tidak Setuju	2
5.	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : Sugiyono (2018)

3.6. Teknik Analisis Data

3.6.1. Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Menurut Siregar (2013) validitas adalah menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang ingin diukur. Oleh karena itu, uji validitas merupakan tingkat keandalan pada alat ukur yang digunakan. Instrumen yang dikatakan valid adalah yang menunjukkan alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data tersebut valid atau dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.

- a. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka pernyataan dinyatakan valid
- b. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka pernyataan dinyatakan tidak valid

2. Uji Reliabilitas

Suatu instrumen pengukuran dikatakan *reliable* apabila pengukurannya jelas, konsisten dan teliti (Muhidin dan Abdurrahman, 2017). Maka dari itu uji reliabilitas merupakan instrumen yang dicoba untuk mengukur objek yang sama akan menciptakan data yang sama sehingga instrumen pada penelitian tersebut sudah dianggap benar dan konsisten. Dalam penelitian ini jika *alpha cronbach* di atas 0,6 dan apabila tidak *reliable* jika sama dengan ataupun dibawah 0,6. Pernyataan yang dinyatakan valid dalam uji validitas, maka akan ditetapkan reliabilitasnya dengan kriteria sebagai berikut:

- a. Jika $r_{alpha} > r_{tabel}$ maka pernyataan *reliable*.
- b. Jika $r_{alpha} < r_{tabel}$ maka pernyataan tidak *reliable*.

3.6.2. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan pengujian yang dirancang untuk mengetahui apakah variabel bebas dan variabel terikat memiliki distribusi normal (Ghozali, 2018).

1. Uji Histogram Normal Curve

Jika bentuk kurva memiliki kemiringan yang cenderung seimbang, baik pada sisi kiri maupun kanan, dan bentuk kurva seperti

lonceng yang hampir sempurna, maka data tersebut dapat dikatakan normal.

2. Uji *P-Plot*

Uji normalitas dapat dilihat melalui SPSS yang berfokus pada distribusi data (titik) pada *P-Plot* dari residual terstandarisasi regresi, dimana:

- a. Jika data menyebar di sekitar diagonal dan mengikuti arah diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- b. Jika data jauh dari diagonal dan menyebar sepanjang diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

3. Uji *Kolmogorof Smirnov* (K-S)

Pengujian ini dilakukan untuk memeriksa dan melihat apakah data yang diperoleh normal, yang dapat dilihat dari profitabilitasnya. Jika data memiliki nilai *histogram Smirnov*, maka data yang disebut normal adalah *Asymp Sing (2 Tailed) > 0,01*.

2. Uji Multikolinearitas

Menurut Santoso (2016) uji ini dilakukan mengetahui apakah pada model regresi ditemukan adanya hubungan antara variabel bebas, karena model regresi dapat dikatakan baik apabila tidak terjadi hubungan diantara variabel bebas atau independen. Teknik untuk mengetahui ada atau tidaknya multikolineritas adalah sebagai berikut:

- a. Jika *Tolerance Value* $< 0,10$ atau *VIF* > 10 maka terjadi multikolineritas

- b. Jika *Tolerance Value* > 0,10 atau VIF < 10 maka tidak terjadi multikolinieritas.

3. Uji Heteroskedastistas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya dalam model regresi. Apabila *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut *homoskedastisitas* karena model regresi yang baik adalah model *homoskedastisitas* atau tidak terjadi *heteroskedastistas* (Priyatno, 2016).

3.6.3. Metode Regresi Linear Berganda

Model analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda yang digunakan untuk menjawab hipotesis dan mengetahui koefisien-koefisien regresi secara signifikan (Sugiyono, 2018).

Adapun persamaannya adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Minat Menabung Masyarakat

X1 = Peran Penyampaian Informasi Akuntansi

X2 = Produk Tabungan Syariah

a = Konstanta

b = Koefisien Berganda

e = Error Term

3.6.4. Uji Hipotesis

1. Uji t (parsial)

Menurut Sugiyono (2018) Uji T digunakan untuk mengetahui seberapa jauh hubungan antara dua variabel atau lebih. Bentuk pengujian dalam penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi sebesar 10% atau 0,01. Uji ini dapat dilakukan dengan membandingkan t hitung dengan t tabel, yaitu:

- a. Jika nilai t hitung $>$ t tabel, maka variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat .
- b. Jika nilai t hitung $<$ t tabel, maka variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.

2. Uji F (simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat secara bersama-sama (Sugiyono,2018). Bentuk pengujian pada penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi sebesar 10% atau 0,01. Uji ini dapat dilakukan dengan membandingkan t hitung dengan t tabel, yaitu:

- a. Apabila F hitung $<$ F tabel maka tidak ditemukan pengaruh yang signifikan antara peran penyampaian informasi akuntansi dan produk tabungan syariah secara bersama-sama terhadap minat menabung masyarakat.

- b. Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka ditemukan adanya pengaruh yang signifikan antara peran penyampaian informasi akuntansi dan produk tabungan syariah secara bersama-sama terhadap minat menabung masyarakat.

3. Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut (Sugiarto, 2006) koefisien determinasi digunakan untuk melihat seberapa besar kontribusi antar kedua variabel yaitu variabel bebas dan variabel terikat.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Adapun kesimpulan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini menunjukkan pemahaman masyarakat atas peran penyampaian informasi akuntansi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung masyarakat.
2. Penelitian ini menunjukkan pemahaman masyarakat atas produk tabungan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung masyarakat pada PT Bank Syariah Indonesia Medan KC Kampung Baru.
3. Berdasarkan hasil pengamatan pemahaman masyarakat atas peran penyampaian informasi akuntansi dan produk tabungan syariah berpengaruh secara simultan terhadap minat menabung masyarakat pada PT Bank Syariah Indonesia Medan KC Kampung Baru.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil kajian dan pembahasan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

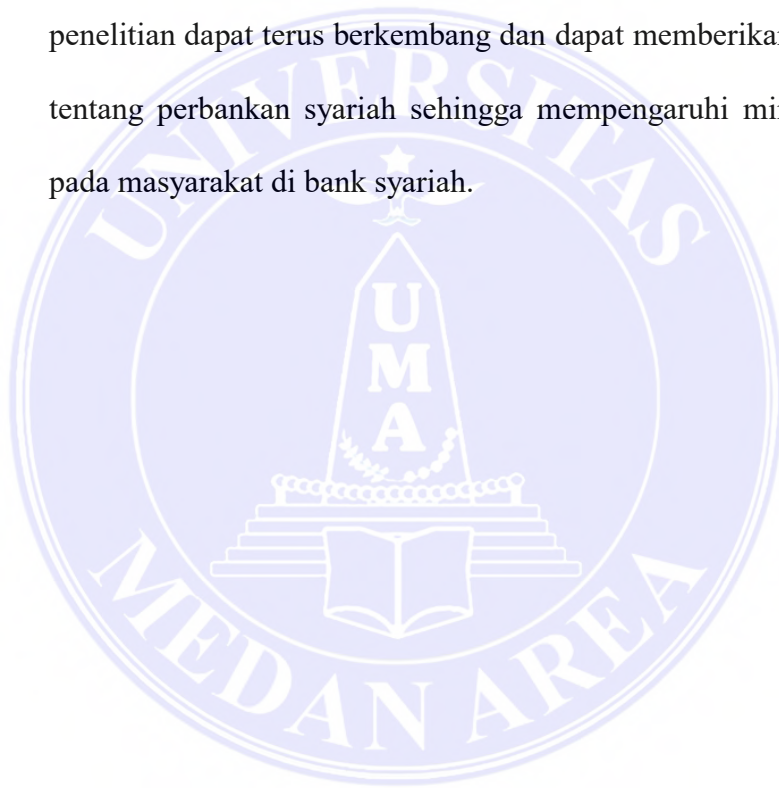
1. PT Bank Syariah Indonesia Medan KC Kampung Baru

Untuk pihak PT Bank Syariah Indonesia khususnya Medan KC Kampung Baru harus lebih meningkatkan sosialisasi dan edukasi yang luas kepada masyarakat untuk menambah pemahaman masyarakat yang lebih detail tentang perbankan syariah karena semakin baik pemahaman masyarakat maka semakin mudah

masyarakat memilih dan menggunakan produk syariah sesuai dengan kebutuhannya masing-masing sehingga menumbuhkan minat menabung masyarakat pada PT Bank Syariah Indonesia Medan KC Kampung Baru menjadi lebih meningkat.

2. Penelitian Selanjutnya

Untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat digunakan variabel lain yang tidak digunakan oleh peneliti sebelumnya agar hasil penelitian dapat terus berkembang dan dapat memberikan pengetahuan tentang perbankan syariah sehingga mempengaruhi minat menabung pada masyarakat di bank syariah.



DAFTAR PUSTAKA

- Ascarya, & Yumanita. (2005). Bank Syariah : Gambaran Umum (Issue 14). Pusat Pendidikan dan Studi Kebanksentralan (PPSK) Bank Indonesia.
- Abdullah & Wahjusaputri. (2018). Bank & Lembaga Keuangan EDISI 2. Mitra Wacana Media.
- Afrianty, N., Isnaini, D., & Oktarina, A. (2020). Lembaga Keuangan Syariah (R. Desiana (Ed.)). Zigie Utama.
- Agustin, H. (2021). Teori Bank Syariah. *Jurnal Perbankan Syariah*, 2(1), 67–83.
- Belkaoui, A.R. (2000). Teori Akuntansi. Edisi Pertama. Jakarta: Salemba Empat.
- Bloom, Benyamin. S. (1979). *Taxonomy of Educational Objective*. New York: Longman.
- Cooper, D. R. and P. S. S. (2003). *Business Research Methods*, International Edition. In McGraw-Hill Companies.
- Damayanti. (2017). Pengaruh Persepsi Bagi Hasil, Kualitas Pelayanan, dan Informasi Akuntansi Terhadap Minat Menabung Nasabah Pada Bank Muamalat Kabupaten Ponorogo. Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
- Damayanti. (2016). Pengaruh pandangan islam, pelayanan dan keamanan terhadap minat nasabah untuk menabung di bank syariah mandiri cabang x. Vol 9(17–34), *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*.
- Dayaan, Riza, & Ridwan. (2017). Analisis Pemahaman Masyarakat Mengenai Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung. *JIM: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 1(2), 1–6.
- Entaresmen & Pertiwi. (2017). Strategi Pemasaran Terhadap Penjualan produk tabungan IB Hasanah di PT. Bank Negara Indonesia Syariah Kantor Cabang X. *Jurnal Manajemen & Pemasaran Jasa*, Vol-9, 53–74.
- Fauziah, Toha, & Prahara. (2019). Bank dan Lembaga Keuangan Syariah. Malang:

Literasi Nusantara Abadi.

- Fitriani, Z. (2018). Pengaruh Tingkat Pengetahuan Siswa/Siswi Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus Pada MAN Model Banda Aceh). Universitas Islam Negeri Ar-raniry.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Prrogram IBM SPSS 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang
- Harahap, Wiros, & Yusuf. (2010). Akuntansi Perbankan Syariah (Wandi (Ed.)). LPEE Usakti.
- Hasan, A. F., & Si, M. (2018). Fiqh Muammalah dari Klasik hingga Kontemporer (Teori dan Praktek) (Zainuddin (Ed.)). UIN-Maliki Malang Press.
- Hasanah, A. N. (2021). Pengaruh Pengetahuan Masyarakat Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah (Studi pada Masyarakat Desa Pagar Puding Kecamatan Tebo Ulu). Universitas Islam Negeri.
- Hermaliani, Erica, W. dan L. (2019). Sistem Informasi Akuntansi teori dan desain. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Ikatan Akuntansi Indonesia. (2015). Penyajian laporan keuangan syariah 101 (D. S. A. Syariah (ed.); Issue 1).
- Iqbal, hamid, & M. (2019). Pengaruh Motivasi, Perilaku Dan Pemahaman Terhadap Masyarakat Dalam Memilih Bank Syariah di Aceh Tamiang. *Jurnal Investasi Islam*, Vol.IV, 153–165.
- Ibrahim, R. &. (2016). Pengaruh produk bank syariah terhadap minat menabung dengan persepsi masyarakat sebagai variabel moderating di pati. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 4(1), 43–61.
- Ir-BSI. (2021). Sejarah Bank Syariah Indonesia. online available at: <https://ir.bankbsi.co.id/>. Diakses pada 11 November 2021 pukul 23.11
- Ikatan Akuntan Indonesia. (2007). Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan. PSAK 102 Akuntansi Murabahah (Issue 102). Jakarta: Dewan Standar

Akuntansi Keuangan.

Ikatan Akuntan Indonesia. (2007). Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan. PSAK 105 Akuntansi Mudharabah (Issue 105). Jakarta: Dewan Standar Akuntansi Keuangan.

Ikatan Akuntan Indonesia. (2007). Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan. Penerapan PSAK No.106 Akuntansi Musyarakah (Issue 106). Jakarta: Dewan Standar Akuntansi Keuangan.

Ikatan Akuntan Indonesia. (2016). Kerangka Konseptual Pelaporan Keuangan. Jakarta: Dewan Standar Akuntansi Keuangan.

Keynes, M. J. (1936). *The General Theory of Employment, Interest, and Money*. New York: Harcourt Brace.

Kasiram, M. (2008). *Metode Penelitian Bisnis*. Malang: UIN Malang Press.

Khairina, Z. (2019). *Tingkat Pengetahuan Masyarakat Tentang Produk Perbankan Syariah (Studi Kasus Kecamatan Peukan Bada Kabupaten Aceh Besar)*. Universitas Islam Negeri Ar-raniry.

Lutfiati. (2019). Analisis Perbandingan Prinsip Penghitungan Bunga Tabungan Pada Bank Konvensional Dengan Bagi Hasil Tabungan Mudharabah Pada Bank Syaria'ah. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2(1), 49–70.

Mahdi, N. T. dan F. (2017). Pengaruh Pemahaman Produk (FAMLIARITY) Perbankan Syariah Terhadap Nasabah Menabung di iB Hasanah PT. BANK BNI SYARIAH CABANG PONTIANAK. *Jurnal Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, 13(2), 909–924.

Mardi. (2013). *Sistem Informasi Akuntansi*. Bogor: Ghalia.

Mardiah, P. & J. (2017). Analisis Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus di Kampung Paya Bedi Aceh Tamiang) Ainun Mardiah, Agung Pradhana Putra, Junaidi. *JIM: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 1(1), 1–27.

Mulyadi. (2001). *Sistem Akuntansi Edisi Tiga*. Jakarta: Salemba Empat.

- Muhidin, A. dan. (2017). *Panduan Praktis Memahami Penelitian*. Bandung: CV. Pustaka Setia.
- Pratomo, S. &. (2017). Analisis Tingkat Pemahaman Masyarakat Terhadap Produk Keuangan Di Deli Serdang (Studi kasus Tanjung Morawa). *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan*, Vol.2, 412–424.
- Priyatno, D. (2016). *Belajar Alat Analisis Data Dan Cara Pengolahannya Dengan SPSS Praktis dan Mudah Dipahami untuk Tingkat Pemula dan Menengah*. Gava Media.
- Qardhawi, Y. (1990). *Hadyul Islam Fatawi al Mu'ashirah*. Kuwait: Darul Qolam.
- Rosisster, & Percy, &. (1992). A Modal Of Brand A wareness and Brand Attitude Advertising Strategies (pp. 263–274). *Psychology & Marketing*.
- Rosyid, M., & Saidah, H. (2016). Pengetahuan Perbankan Syariah dan Pengaruhnya terhadap Minat Menabung Santri dan Guru. *Journal of Islamic Economics*, Vol 7(3).
- Syaltout, M. (1965). *Islam Sebagai Aqidah dan Syari'ah*. Jakarta: Bulan Bintang.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sangadji & Sopiah. (2010). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta.
- Santoso. (2016). *Statika Hospitalitas*. Yogyakarta: Deepublish.
- Siregar, S. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT FajarInterpratama Mandiri.
- Sugiarto, D. S. (2006). *Metode statistika Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Slovin dikutip dari Riduwan. (2005). *Belajar Mudah Penelitian Untuk Guru, Karyawan dan Peneliti Pemula*. Bandung: Alfabeta.
- Widiastuty, T. (2020). *Peran Penyampaian Informasi Akuntansi, Bagi Hasil, Dan Pemahaman Produk Terhadap Minat Menabung Masyarakat Kota Bandung*

Di Bank Syariah. *Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Perbankan Syariah*, 4(1), 58–66.

Wijayanti. (2018). Pengaruh Karakteristik Sistem Akuntansi Manajemen Terhadap Kinerja Manajerial (Studi Empiris Perusahaan Rokok Di Kudus) Sukma. *Accounting Global Journal*, 2(1), 64–75.

Wiroso. (2011). *Produk Perbankan Syariah*. Jakarta: LPFE Usakti.



Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian

**UNIVERSITAS MEDAN AREA
PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**DAFTAR PERTANYAAN
KUESIONER**

**Kepada Yth,
Bapak/Ibu/Sdr/i Nasabah
Pengguna Jasa Tabungan
PT. Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI)**

Assalamualaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Dengan hormat,

Kami memahami sesungguhnya bahwa waktu Bapak/ Ibu sangat terbatas dan sangat berharga. Namun demikian, kami sangat berharap kesediaan Bapak/Ibu untuk meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner ini.

Kuesioner ini disusun dalam rangka penyusunan tugas akhir (Skripsi) yang merupakan bagian persyaratan kelulusan Program S1 Akuntansi, Universitas Medan Area. Kuesioner ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana: **“Pengaruh Pemahaman Masyarakat atas Peran Penyampaian Informasi Akuntansi dan Produk Tabungan Syariah terhadap Minat Menabung Masyarakat pada PT Bank Syariah Indonesia Medan KC Kampung Baru”**. Kuesioner ini digunakan untuk kepentingan ilmiah, kerahasiaan identitas Bapak/Ibu/Sdr/i/Nasabah akan tetap terjaga.

Bantuan Bapak Bapak/Ibu/Sdr/i/Nasabah merupakan hal yang sangat berharga bagi peneliti, oleh karena itu atas bantuannya saya sampaikan banyak terima kasih.

Wassalamuaalaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Hormat Saya,

THARIQUL JANNAH

BAGIAN I
INDETITAS RESPONDEN

1. Nama :

2. Jenis Kelamin :

Pria

Wanita

3. Usia :

< 20 tahun

20 – 29 tahun

30 – 39 tahun

> 40 tahun

4. Pekerjaan:

Pelajar/ Mahasiswa

Karyawan Swasta

PNS/Guru/POLRI

Tidak Bekerja/Pensiun

Lainnya

5. Pendidikan Terakhir:

SD

SMA

SMP

D3

S1

S2

Keterangan : *) centang atau silang jawaban yang dipilih

BAGIAN II VARIABEL PENELITIAN

Berilah tanda centang (✓) di bawah pada salah satu alternatif jawaban yang paling tepat dengan kriteria jawaban:

Minat Menabung Masyarakat (Y)

No	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
		5	4	3	2	1
Sosialisasi						
1	Saya berminat menabung di Bank Syariah Indonesia karena Saya Mengetahui Bank Syariah Indonesia tida mengandung unsur riba.					
2	Saya tertarik menggunakan jasa Bank Syariah Indonesia karena saya mempunyai rasa ingin tahu terhadap produk Bank Syariah Indonesia.					
3	Saya berminat menabung di Bank Syariah Indonesia agar dapat mempersiapkan perencanaan dimasa yang akan datang sekaligus untuk menghadapi hal – hal yang tidak diinginkan.					
4	Saya berminat menabung di Bank Syariah Indonesia karena keinginan sendiri.					
Promosi						
5.	Bank Syariah Indonesia memiliki produk yang bervariasi, sehingga saya teratrik menabung di Bank Syariah Indonesia.					
6.	Saya berminat menabung di Bank Syariah Indonesia karena menguntungkan.					
7.	Saya tertarik menabung di Bank Syariah Indonesia setelah mendapat informasi dari teman.					
8.	Saya tertarik menabung di bank syariah karena adanya bagi hasil dalam sistem operasionalnya.					

**Pemahaman Masyarakat atas Peran Penyampaian Informasi Akuntansi
(X1)**

No	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
		5	4	3	2	1
Ruang Lingkup						
1	Penyampaian informasi yang dilakukan oleh petugas front liner (cs/teller) sudah baik.					
2	Setiap informasi yang nasabah peroleh dari penjelasan petugas sangat bermanfaat untuk kepentingan transaksi financial nasabah dikemudian hari.					
Ketepatan waktu						
3.	Setiap pertanyaan yang nasabah ajukan kepada petugas telah dijawab dengan baik.					
4.	Setiap transaksi yang dijalankan sudah sesuai dengan permintaan nasabah.					
Agregasi						
5.	Dalam setiap ada perubahan prosedur perbankan selalu ditempelkan melalui sarana media cetak dalam lingkup ruang perbankan.					
6.	Nasabah selalu memperoleh bukti print laporan yang tercetak dengan baik.					
Integrasi						
7.	Dengan adanya fasilitas perbankan seperti internet banking dapat memudahkan nasabah dalam bertransaksi.					
8.	Tersedianya jaringan yang luas dan tersebar hingga proses transaksi tercapai hingga ke daerah tujuan nasabah.					

Pemahaman Masyarakat atas Produk Tabungan Syariah (X2)

No	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
		5	4	3	2	1
	Pemahaman Produk Penghimpunan Dana					
1.	Produk penghimpunan dana Bank Syariah Indonesia terdiri dari: giro syariah, tabungan syariah dan deposito syariah.					
2.	Giro syariah menggunakan akad <i>wadiah</i> dan <i>mudharabah</i> .					
3.	Produk tabungan Bank Syariah Indonesia menggunakan akad <i>mudharabah</i> .					
4.	Salah satu produk simpanan di Bank Syariah Indonesia adalah tabungan <i>wadiah</i> .					
5.	Salah satu produk simpanan di Bank Syariah Indonesia adalah tabungan <i>mudharabah</i> .					
6.	Deposito syariah menggunakan akad <i>mudharabah</i> .					
7.	Di Bank Syariah Indonesia tabungan haji menggunakan akad <i>mudharabah</i> .					
	Pemahaman Produk Penyaluran Dana					
8.	Produk penyaluran dana Bank Syariah Indonesia terdiri dari: pembiayaan dengan prinsip bagi hasil, jual beli dan sewa menyewa.					
9.	Di Bank Syariah Indonesia terdapat produk pembiayaan dengan akad <i>musyarakah</i> dan <i>mudharabah</i> (bagi hasil).					
10.	Di Bank Syariah Indonesia terdapat produk pembiayaan dengan akad <i>salam</i> dan <i>istishna'</i> (jual beli).					
11.	Di Bank Syariah Indonesia terdapat produk pembiayaan dengan akad <i>murabahah</i> (jual beli)					
12.	Di Bank Syariah Indonesia terdapat produk pembiayaan dengan akad <i>ijarah</i> (sewa menyewa).					
	Pemahaman Produk Jasa					
13.	Produk jasa Bank Syariah Indonesia menggunakan akad <i>wakalah</i> ,					

	<i>kafalah, hiwalah, rahn dan sharf.</i>					
14.	Di Bank Syariah Indonesia produk jasa dalam akad <i>wakalah</i> (pembayaran listrik, telepon dan lainnya).					
15.	Pengiriman uang pada Bank Syariah Indonesia menggunakan akad <i>wakalah</i> .					
16.	Bank garansi pada Bank Syariah Indonesia menggunakan akad <i>kafalah</i> .					
17.	Di Bank Syariah Indonesia produk gadai menggunakan akad <i>rahn</i> .					
18.	Penukaran uang pada Bank Syariah Indonesia menggunakan akad <i>Sharf</i> .					



Lampiran 2 : Master Data Sampel dan Variabel Penelitian

1. Pemahaman Masyarakat atas Peran Penyampaian Informasi Akuntansi (X1)

X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	TotalX 1
5	4	4	4	4	5	4	5	35
5	4	5	5	5	5	5	5	39
5	5	4	5	5	5	5	4	38
5	5	5	5	4	4	5	5	38
5	5	4	4	4	5	5	5	37
3	4	5	5	5	4	5	5	36
3	4	5	5	5	4	5	5	36
5	5	5	5	4	5	5	5	39
4	4	5	4	5	5	5	4	36
3	4	5	5	5	5	5	5	37
2	5	4	4	4	3	5	5	32
5	5	4	4	4	4	4	4	34
4	4	5	5	4	5	5	4	36
4	4	4	4	4	2	5	4	31
5	4	5	4	4	4	4	4	34
4	4	5	4	5	5	5	5	37
5	5	5	5	5	4	5	5	39
5	5	5	4	5	4	3	3	34
5	4	4	5	5	4	5	5	37
5	4	4	4	5	5	4	5	36
3	4	4	4	4	5	5	4	33
5	5	5	5	4	3	5	3	35
5	4	3	4	5	5	5	5	36
5	4	5	5	4	5	4	5	37
4	4	5	2	5	1	5	5	31
4	5	5	5	5	5	4	5	38
5	5	1	5	5	5	5	5	36
5	4	3	4	5	5	5	4	35
5	5	5	4	3	5	2	5	34
5	4	3	5	3	4	5	5	34
4	2	4	2	5	2	5	5	29
4	5	5	5	5	4	4	5	37
5	5	5	4	5	5	5	3	37
3	4	2	5	5	3	5	5	32
3	5	5	5	2	5	5	5	35
5	5	5	5	4	4	5	5	38
4	5	4	4	5	5	5	5	37
5	4	4	5	5	4	4	4	35

5	5	5	3	2	4	5	5	34
5	5	5	4	4	5	5	5	38
4	3	5	4	5	5	5	5	36
5	4	3	5	5	5	5	5	37
4	3	5	5	5	5	5	5	37
3	4	5	4	4	4	5	5	34
3	3	5	5	5	4	5	5	35
4	4	5	5	5	5	4	4	36
3	4	4	4	5	5	5	5	35
4	5	4	5	4	5	5	4	36
4	4	5	5	4	4	5	5	36
5	5	4	4	4	4	5	4	35
4	4	4	4	4	4	5	5	34
5	5	5	4	5	5	4	5	38
4	4	4	3	4	5	5	5	34
5	4	5	5	5	4	5	5	38
5	5	5	5	4	4	3	5	36
3	5	4	4	4	5	5	5	35
5	4	3	1	3	3	2	3	24
3	5	5	5	5	5	5	5	38
2	5	3	5	5	3	5	5	33
5	4	5	3	3	5	5	5	35
5	4	4	5	2	3	4	4	31
4	5	5	5	5	5	3	4	36
3	4	5	5	5	4	4	4	34
2	3	5	3	5	4	3	2	27
3	3	4	5	5	4	5	4	33
4	5	4	5	4	4	4	4	34
3	4	5	5	5	4	3	5	34
5	5	5	5	5	4	4	4	37
5	4	5	4	2	3	4	5	32
4	5	4	5	4	3	5	4	34
3	4	5	5	5	5	4	3	34
5	5	5	3	4	5	4	5	36
4	4	5	5	5	4	4	5	36
5	5	4	4	4	5	5	4	36
4	3	4	4	4	3	3	4	29
5	4	5	4	5	3	3	4	33
4	4	4	4	5	3	2	4	30
2	4	5	4	4	4	3	5	31
5	5	5	4	4	4	5	5	37
5	4	5	4	3	4	3	3	31
4	5	5	5	4	4	3	2	32

4	4	5	5	5	5	5	4	37
3	4	5	3	3	2	5	5	30
5	5	5	5	5	4	4	2	35
3	4	5	4	5	4	5	4	34
5	5	5	4	4	2	3	4	32
4	5	5	3	4	5	5	5	36
5	5	5	5	4	5	4	3	36
5	5	4	4	4	3	2	5	32
5	4	4	4	5	4	4	4	34

2. Pemahaman Masyarakat atas Produk Tabungan Syariah (X2)

X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9
4	4	5	4	4	4	5	4	4
5	5	5	4	4	4	5	5	5
2	5	5	4	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
2	4	4	5	4	5	5	5	5
4	4	5	4	5	4	4	4	4
5	4	4	3	5	5	5	3	5
5	5	4	5	5	4	5	4	4
5	5	5	4	5	4	5	4	4
5	5	4	4	4	4	5	5	5
5	3	4	5	5	4	5	5	4
3	5	4	4	4	5	5	5	4
2	5	4	5	5	5	4	5	5
5	5	5	5	3	5	5	5	5
5	4	5	4	4	5	4	5	5
2	3	4	5	5	4	4	4	4
4	4	4	3	5	4	5	4	4
4	4	5	3	4	3	4	5	5
2	3	4	5	3	4	5	4	3
5	5	5	5	5	5	5	4	3
5	5	5	4	5	5	4	4	3
5	4	4	4	5	3	2	1	3
5	4	5	4	5	4	2	5	5
5	4	5	5	5	4	5	5	5
3	5	4	4	5	4	5	5	5
4	5	5	5	5	5	4	5	5
3	5	5	4	5	5	5	4	4
4	4	5	4	5	5	5	5	5
2	5	3	5	5	4	4	3	5

4	4	5	5	5	4	5	5	5
4	4	4	4	4	5	5	5	5
5	5	4	4	4	5	5	4	5
5	4	3	4	4	4	4	4	4
4	5	5	5	5	3	4	5	2
5	5	4	5	5	5	4	4	5
3	5	4	5	5	4	5	5	4
4	5	5	5	4	4	5	2	5
5	5	5	4	4	4	4	5	4
5	5	5	5	5	4	4	2	4
4	5	5	5	5	4	5	5	4
5	5	5	4	5	5	5	4	3
5	5	4	5	4	5	5	5	4
4	4	4	5	5	4	5	5	4
5	5	5	5	5	5	5	4	5
3	5	4	4	4	5	5	3	5
5	5	4	5	5	4	5	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	5
4	5	4	3	3	4	5	5	5
5	4	5	5	5	5	5	5	5
5	2	4	5	4	5	4	5	4
4	5	4	4	3	5	3	4	5
3	5	5	4	4	4	4	4	5
5	5	5	5	5	5	5	4	4
5	1	4	5	3	5	5	5	4
5	5	4	4	5	5	5	4	4
5	4	5	5	5	5	5	5	4
3	5	5	4	4	3	3	3	3
4	5	5	5	5	5	5	4	3
5	5	5	4	4	5	5	5	4
5	4	5	3	2	3	4	4	5
4	5	3	3	3	3	4	4	5
5	4	5	4	4	3	4	4	3
2	3	4	5	5	5	5	3	3
5	5	4	4	4	3	4	3	5
4	4	4	4	5	5	5	3	3
5	4	4	3	4	3	4	4	3
4	5	4	4	4	3	3	3	4
4	4	3	1	4	2	3	4	5
5	5	3	4	4	5	5	5	5
5	1	4	3	4	5	3	4	3
4	4	4	3	2	4	3	5	4
5	3	3	4	4	4	5	5	4

4	4	3	3	3	3	4	4	4
5	5	4	5	5	3	4	3	5
5	3	5	5	4	4	5	3	3
5	2	4	4	4	4	3	5	3
4	4	3	4	3	4	3	4	4
4	5	5	5	5	5	4	4	4
3	4	5	5	4	4	4	3	3
5	4	5	5	3	3	5	4	4
4	3	5	5	4	4	4	4	4
5	5	2	3	3	3	3	3	4
5	3	5	4	5	3	3	4	4
5	4	5	5	5	5	4	5	5
4	3	5	4	4	3	4	5	3
4	3	4	5	3	5	4	4	5
3	5	4	5	3	4	5	5	4
3	3	3	4	3	5	4	5	4
4	3	3	4	5	4	5	4	4
5	2	3	3	5	4	5	5	4

X2.10	X2.11	X2.12	X2.13	X2.14	X2.15	X2.16	X2.17	X2.18	TotalX2
4	4	4	4	4	4	4	4	4	74
4	5	5	5	5	5	5	5	5	86
4	3	2	5	3	5	3	3	5	74
5	5	4	5	5	4	5	5	5	88
4	4	4	4	4	5	5	5	5	79
4	5	5	4	4	4	5	5	5	79
5	5	5	3	5	5	5	5	5	82
5	4	5	5	5	4	4	5	5	83
5	4	5	5	4	5	5	4	5	83
4	3	5	5	5	4	5	4	4	80
4	4	5	5	5	5	5	4	4	81
5	5	4	3	4	4	4	5	5	78
5	5	5	5	5	1	5	2	5	78
5	5	2	5	3	5	5	5	5	83
5	5	5	5	4	3	5	5	5	83
5	5	5	4	5	4	5	4	4	76
5	4	4	4	5	4	4	4	4	75
5	4	4	3	4	4	4	4	4	73
4	5	4	4	4	4	4	4	4	70
3	5	5	5	5	5	5	3	3	81
4	5	4	3	4	5	4	5	2	76
4	4	3	5	5	5	3	3	5	68

5	5	5	4	4	5	5	5	5	82
4	5	5	5	5	5	4	4	5	85
5	5	5	5	4	5	4	5	4	82
5	5	4	5	4	5	3	3	5	82
4	4	5	5	5	4	5	5	5	82
5	5	5	4	5	4	5	5	5	85
5	5	4	5	5	3	5	5	5	78
4	5	5	5	4	5	5	5	5	85
5	5	5	5	4	4	4	4	4	80
4	5	4	5	4	5	3	5	4	80
3	5	5	5	5	4	5	5	5	78
5	4	5	4	4	3	4	5	4	76
5	5	4	5	4	3	4	4	4	80
5	5	5	5	4	4	4	5	5	82
4	3	4	5	3	5	5	5	5	78
5	5	4	5	5	4	5	4	3	80
3	4	2	5	4	3	4	5	5	74
5	4	5	5	4	5	4	4	5	83
5	2	5	5	5	5	3	5	5	81
5	5	5	4	3	5	4	4	5	82
3	5	4	1	5	5	5	5	5	78
5	3	5	5	5	4	3	4	3	81
4	5	5	4	5	4	3	2	1	71
3	1	4	5	5	4	5	2	3	74
5	5	5	5	5	4	3	3	3	75
4	5	2	4	4	5	5	4	4	75
5	5	5	2	4	5	5	3	5	83
4	4	5	4	4	3	5	3	5	75
4	5	5	5	5	4	4	3	5	77
5	5	4	2	5	4	4	5	5	77
4	4	4	1	5	5	5	5	5	81
5	5	5	4	5	4	5	4	5	79
5	5	5	4	4	5	5	4	2	80
3	5	5	4	3	5	2	3	5	78
5	5	4	4	4	3	5	5	5	73
4	3	3	5	5	5	3	4	4	77
5	5	5	3	5	4	3	3	5	80
5	4	3	4	4	3	5	3	5	71
5	4	4	3	4	5	5	5	4	73
3	3	3	5	5	2	4	4	4	69
3	4	5	4	5	5	5	4	5	75
5	5	3	3	4	4	4	2	4	71
3	4	3	4	3	5	3	3	4	69

3	5	5	4	4	3	3	3	4	68
5	2	3	4	4	4	5	5	3	69
4	4	4	5	5	5	4	4	5	70
4	5	4	5	4	5	5	5	4	82
5	4	4	4	3	3	4	5	3	67
4	5	5	3	4	5	5	5	4	73
4	5	4	5	4	5	4	4	4	76
4	3	3	3	2	3	3	3	4	60
4	3	4	5	5	5	2	3	3	73
2	3	3	4	5	1	3	3	3	64
5	5	5	5	5	3	3	5	4	74
3	3	3	3	5	4	3	4	3	64
3	3	2	4	4	3	4	5	5	74
3	3	3	3	4	4	4	5	5	69
4	5	5	4	5	4	5	4	4	78
2	5	4	5	5	4	2	3	3	70
4	4	3	4	5	4	5	4	5	69
3	4	4	5	4	4	5	5	5	75
4	3	4	4	5	5	3	3	4	78
3	3	5	5	4	5	5	4	3	72
4	4	3	4	5	3	3	4	4	71
5	5	4	4	5	3	5	3	1	73
4	4	4	5	5	5	5	4	5	75
4	4	4	5	3	3	3	3	4	69
5	5	5	4	4	4	5	3	4	75

3. Minat Menabung Masyarakat (Y)

Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	Y1.7	Y1.8	Total_Y
5	4	5	4	5	5	5	5	38
5	5	5	5	4	5	5	4	38
5	5	4	4	5	5	5	5	38
5	5	5	5	5	5	3	5	38
5	5	4	5	4	4	5	5	37
4	4	3	4	4	3	4	5	31
5	5	4	5	4	4	4	4	35
5	5	5	4	5	5	4	4	37
5	5	5	5	4	5	5	5	39
5	4	4	4	5	5	5	4	36
5	5	5	5	4	5	5	4	38
5	5	5	4	5	5	5	5	39
5	5	5	4	5	5	5	4	38
5	5	5	5	5	5	4	4	38

5	4	4	5	4	4	3	4	33
5	5	4	5	5	4	4	4	36
5	5	4	5	4	5	5	5	38
5	5	5	5	4	5	5	5	39
4	5	5	5	5	4	5	5	38
5	5	4	4	5	5	4	4	36
5	5	4	3	5	5	5	4	36
5	5	5	5	5	4	5	5	39
5	5	5	5	4	5	5	4	38
5	4	3	2	2	5	5	5	31
5	5	5	5	4	4	5	5	38
5	4	5	3	4	4	5	5	35
5	3	5	5	4	5	4	5	36
5	5	4	5	5	5	5	5	39
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	4	3	2	5	2	5	31
5	5	4	5	5	5	5	5	39
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	5	5	5	5	4	5	5	39
5	5	5	5	5	5	4	3	37
5	5	4	5	4	4	4	4	35
5	5	4	3	5	5	5	4	36
5	5	5	4	5	5	5	5	39
4	5	4	5	5	4	4	4	35
5	5	5	4	5	5	4	5	38
3	5	5	5	4	5	5	4	36
5	4	3	2	5	5	5	5	34
5	5	5	4	5	4	5	4	37
5	4	5	5	4	5	4	4	36
4	5	5	5	4	5	5	5	38
5	4	5	5	5	5	5	5	39
4	4	5	5	4	5	5	5	37
4	5	4	5	5	5	5	4	37
4	4	5	5	4	4	5	5	36
4	5	4	5	5	4	5	5	37
5	4	3	5	4	5	5	4	35
4	4	4	4	4	5	4	5	34
3	3	5	3	4	5	5	5	33
5	4	5	5	4	4	4	4	35
5	4	5	5	4	5	5	5	38
5	5	5	5	5	5	4	3	37
2	2	5	5	5	4	4	4	31

4	3	5	3	3	5	5	5	33
4	4	5	5	5	5	5	5	38
4	5	3	4	5	4	5	5	35
3	4	5	4	5	4	5	3	33
5	4	5	2	3	4	5	2	30
4	4	4	3	2	5	4	5	31
3	4	2	5	3	1	2	3	23
3	4	5	2	3	4	5	5	31
5	4	3	2	3	4	2	3	26
4	5	3	4	4	5	3	2	30
5	4	3	4	2	1	5	3	27
4	5	4	3	4	3	2	3	28
4	4	5	5	4	3	3	2	30
4	5	5	4	3	4	3	5	33
5	5	5	4	3	4	5	5	36
2	4	5	5	5	5	4	4	34
5	5	4	4	3	4	3	5	33
5	4	4	5	5	4	5	5	37
4	4	5	4	3	5	5	5	35
2	5	4	4	3	5	5	4	32
4	3	4	5	5	5	2	3	31
5	5	4	5	5	4	5	5	38
4	4	5	5	4	4	3	2	31
5	5	4	5	4	3	2	5	33
4	4	5	1	4	5	5	4	32
5	4	5	5	5	4	2	4	34
5	1	4	4	5	5	4	5	33
4	5	4	4	4	4	3	3	31
5	3	3	3	4	4	3	3	28
4	5	5	4	3	4	5	5	35
5	3	5	4	4	5	5	5	36
3	3	4	3	4	3	3	4	27
2	5	5	4	5	4	5	5	35

Lampiran 3 : Karakteristik Responden

Jenis Kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Laki-Laki	31	34.4	34.4	34.4
Valid Perempuan	59	65.6	65.6	100.0
Total	90	100.0	100.0	

Umur

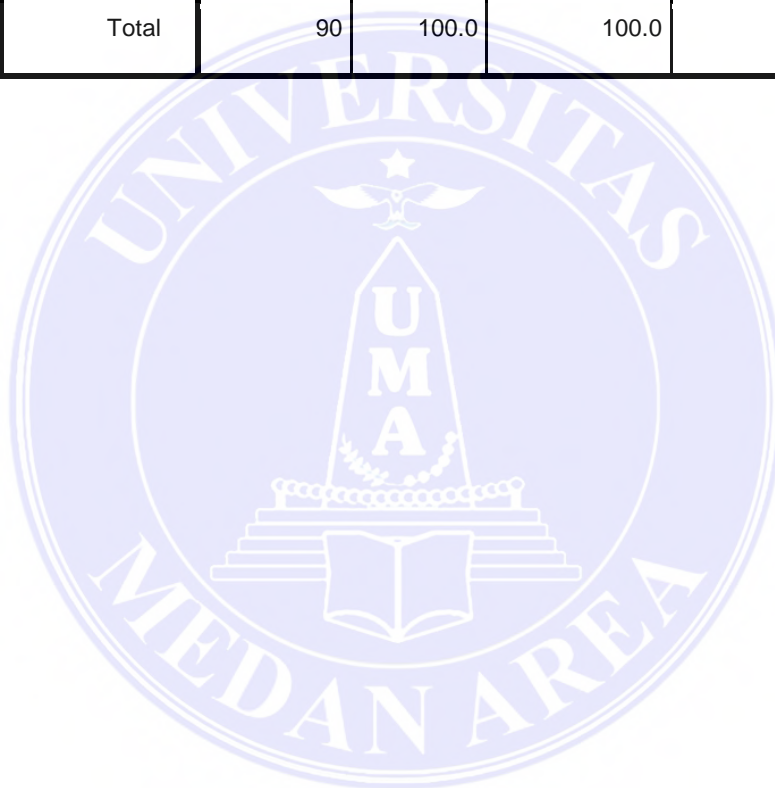
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid <20 Tahun	23	25.6	25.6	25.6
Valid 20-29 Tahun	26	28.9	28.9	54.4
Valid 30-39 Tahun	35	38.9	38.9	93.3
Valid >40 Tahun	6	6.7	6.7	100.0
Total	90	100.0	100.0	

Pekerjaan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Pelajar/Mahasiswa	29	32.2	32.2	32.2
Valid PNS/Guru/POLRI	8	8.9	8.9	41.1
Valid Karyawan Swasta	38	42.2	42.2	83.3
Valid Tidak Bekerja	6	6.7	6.7	90.0
Valid Pensiun	9	10.0	10.0	100.0
Total	90	100.0	100.0	

PendidikanTerakhir

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
SD	3	3.3	3.3	3.3
SMP	15	16.7	16.7	20.0
SMA	31	34.4	34.4	54.4
Valid D3	15	16.7	16.7	71.1
S1	21	23.3	23.3	94.4
S2	5	5.6	5.6	100.0
Total	90	100.0	100.0	



Lampiran 4 : Data Jawaban Responden

Statistics

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7
N	Valid	90	90	90	90	90	90	90
	Missing	0	0	0	0	0	0	0

Statistics

		X1.8
N	Valid	90
	Missing	0

Frequency Table

X1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	4	4.4	4.4	4.4
	KS	17	18.9	18.9	23.3
	S	25	27.8	27.8	51.1
	ST	44	48.9	48.9	100.0
	Total	90	100.0	100.0	

X1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	1.1	1.1	1.1
	KS	6	6.7	6.7	7.8
	S	44	48.9	48.9	56.7
	ST	39	43.3	43.3	100.0
	Total	90	100.0	100.0	

X1.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
STS	1	1.1	1.1	1.1
TS	1	1.1	1.1	2.2
KS	6	6.7	6.7	8.9
S	27	30.0	30.0	38.9
ST	55	61.1	61.1	100.0
Total	90	100.0	100.0	

X1.4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
STS	1	1.1	1.1	1.1
TS	2	2.2	2.2	3.3
KS	7	7.8	7.8	11.1
S	36	40.0	40.0	51.1
ST	44	48.9	48.9	100.0
Total	90	100.0	100.0	

X1.5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
TS	4	4.4	4.4	4.4
KS	6	6.7	6.7	11.1
S	34	37.8	37.8	48.9
ST	46	51.1	51.1	100.0
Total	90	100.0	100.0	

X1.6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
STS	1	1.1	1.1	1.1
TS	4	4.4	4.4	5.6
KS	12	13.3	13.3	18.9
S	34	37.8	37.8	56.7
ST	39	43.3	43.3	100.0
Total	90	100.0	100.0	

X1.7

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
TS	4	4.4	4.4	4.4
KS	11	12.2	12.2	16.7
S	21	23.3	23.3	40.0
ST	54	60.0	60.0	100.0
Total	90	100.0	100.0	

X1.8

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
TS	3	3.3	3.3	3.3
KS	7	7.8	7.8	11.1
S	27	30.0	30.0	41.1
ST	53	58.9	58.9	100.0
Total	90	100.0	100.0	

Frequency Table

X2.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
TS	7	7.8	7.8	7.8
KS	10	11.1	11.1	18.9
Valid S	28	31.1	31.1	50.0
ST	45	50.0	50.0	100.0
Total	90	100.0	100.0	

X2.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
STS	2	2.2	2.2	2.2
TS	3	3.3	3.3	5.6
Valid KS	12	13.3	13.3	18.9
S	29	32.2	32.2	51.1
ST	44	48.9	48.9	100.0
Total	90	100.0	100.0	

X2.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
TS	1	1.1	1.1	1.1
KS	11	12.2	12.2	13.3
Valid S	37	41.1	41.1	54.4
ST	41	45.6	45.6	100.0
Total	90	100.0	100.0	

X2.4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
STS	1	1.1	1.1	1.1
KS	12	13.3	13.3	14.4
Valid S	38	42.2	42.2	56.7
ST	39	43.3	43.3	100.0
Total	90	100.0	100.0	

X2.5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
TS	2	2.2	2.2	2.2
KS	13	14.4	14.4	16.7
Valid S	32	35.6	35.6	52.2
ST	43	47.8	47.8	100.0
Total	90	100.0	100.0	

X2.6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
TS	1	1.1	1.1	1.1
KS	16	17.8	17.8	18.9
Valid S	36	40.0	40.0	58.9
ST	37	41.1	41.1	100.0
Total	90	100.0	100.0	

X2.7

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
TS	2	2.2	2.2	2.2
KS	10	11.1	11.1	13.3
Valid S	30	33.3	33.3	46.7
ST	48	53.3	53.3	100.0
Total	90	100.0	100.0	

X2.8

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
STS	1	1.1	1.1	1.1
TS	2	2.2	2.2	3.3
Valid KS	12	13.3	13.3	16.7
S	35	38.9	38.9	55.6
ST	40	44.4	44.4	100.0
Total	90	100.0	100.0	

X2.9

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
TS	1	1.1	1.1	1.1
KS	16	17.8	17.8	18.9
Valid S	37	41.1	41.1	60.0
ST	36	40.0	40.0	100.0
Total	90	100.0	100.0	

X2.10

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
TS	2	2.2	2.2	2.2
KS	15	16.7	16.7	18.9
Valid S	33	36.7	36.7	55.6
ST	40	44.4	44.4	100.0
Total	90	100.0	100.0	

X2.11

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
STS	1	1.1	1.1	1.1
TS	2	2.2	2.2	3.3
Valid KS	14	15.6	15.6	18.9
S	25	27.8	27.8	46.7
ST	48	53.3	53.3	100.0
Total	90	100.0	100.0	

X2.12

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
TS	5	5.6	5.6	5.6
KS	13	14.4	14.4	20.0
Valid S	31	34.4	34.4	54.4
ST	41	45.6	45.6	100.0
Total	90	100.0	100.0	

X2.13

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
STS	2	2.2	2.2	2.2
TS	2	2.2	2.2	4.4
KS	11	12.2	12.2	16.7
S	31	34.4	34.4	51.1
ST	44	48.9	48.9	100.0
Total	90	100.0	100.0	

X2.14

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
TS	1	1.1	1.1	1.1
KS	8	8.9	8.9	10.0
S	38	42.2	42.2	52.2
ST	43	47.8	47.8	100.0
Total	90	100.0	100.0	

X2.15

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
STS	2	2.2	2.2	2.2
TS	1	1.1	1.1	3.3
KS	16	17.8	17.8	21.1
S	33	36.7	36.7	57.8
ST	38	42.2	42.2	100.0
Total	90	100.0	100.0	

X2.16

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
TS	3	3.3	3.3	3.3
KS	19	21.1	21.1	24.4
Valid S	25	27.8	27.8	52.2
ST	43	47.8	47.8	100.0
Total	90	100.0	100.0	

X2.17

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
TS	4	4.4	4.4	4.4
KS	21	23.3	23.3	27.8
Valid S	29	32.2	32.2	60.0
ST	36	40.0	40.0	100.0
Total	90	100.0	100.0	

X2.18

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
STS	2	2.2	2.2	2.2
TS	2	2.2	2.2	4.4
Valid KS	12	13.3	13.3	17.8
S	29	32.2	32.2	50.0
ST	45	50.0	50.0	100.0
Total	90	100.0	100.0	

Frequency Table

Y1.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
TS	4	4.4	4.4	4.4
KS	6	6.7	6.7	11.1
Valid S	24	26.7	26.7	37.8
ST	56	62.2	62.2	100.0
Total	90	100.0	100.0	

Y1.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
STS	1	1.1	1.1	1.1
TS	1	1.1	1.1	2.2
Valid KS	7	7.8	7.8	10.0
S	31	34.4	34.4	44.4
ST	50	55.6	55.6	100.0
Total	90	100.0	100.0	

Y1.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
TS	1	1.1	1.1	1.1
KS	9	10.0	10.0	11.1
Valid S	30	33.3	33.3	44.4
ST	50	55.6	55.6	100.0
Total	90	100.0	100.0	

Y1.4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
STS	1	1.1	1.1	1.1
TS	5	5.6	5.6	6.7
KS	10	11.1	11.1	17.8
S	27	30.0	30.0	47.8
ST	47	52.2	52.2	100.0
Total	90	100.0	100.0	

Y1.5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
TS	4	4.4	4.4	4.4
KS	11	12.2	12.2	16.7
S	35	38.9	38.9	55.6
ST	40	44.4	44.4	100.0
Total	90	100.0	100.0	

Y1.6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
STS	2	2.2	2.2	2.2
KS	5	5.6	5.6	7.8
S	33	36.7	36.7	44.4
ST	50	55.6	55.6	100.0
Total	90	100.0	100.0	

Y1.7

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
TS	7	7.8	7.8	7.8
KS	10	11.1	11.1	18.9
Valid S	20	22.2	22.2	41.1
ST	53	58.9	58.9	100.0
Total	90	100.0	100.0	

Y1.8

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
TS	4	4.4	4.4	4.4
KS	10	11.1	11.1	15.6
Valid S	28	31.1	31.1	46.7
ST	48	53.3	53.3	100.0
Total	90	100.0	100.0	

Lampiran 5 : Hasil Uji SPSS

1. Uji Validitas

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6
X1.1	Pearson Correlation	1	.292**	-.053	-.051	-.198	.104
	Sig. (2-tailed)		.005	.619	.632	.061	.328
	N	90	90	90	90	90	90
X1.2	Pearson Correlation	.292**	1	.041	.205	-.194	.179
	Sig. (2-tailed)	.005		.700	.053	.067	.091
	N	90	90	90	90	90	90
X1.3	Pearson Correlation	-.053	.041	1	.060	-.049	.067
	Sig. (2-tailed)	.619	.700		.572	.650	.528
	N	90	90	90	90	90	90
X1.4	Pearson Correlation	-.051	.205	.060	1	.250*	.287**
	Sig. (2-tailed)	.632	.053	.572		.017	.006
	N	90	90	90	90	90	90
X1.5	Pearson Correlation	-.198	-.194	-.049	.250*	1	.160
	Sig. (2-tailed)	.061	.067	.650	.017		.131
	N	90	90	90	90	90	90
X1.6	Pearson Correlation	.104	.179	.067	.287**	.160	1
	Sig. (2-tailed)	.328	.091	.528	.006	.131	
	N	90	90	90	90	90	90
X1.7	Pearson Correlation	-.134	-.040	-.120	.149	.106	.210*
	Sig. (2-tailed)	.208	.705	.262	.160	.319	.046
	N	90	90	90	90	90	90
X1.8	Pearson Correlation	-.071	-.039	-.085	.012	-.040	.094
	Sig. (2-tailed)	.508	.715	.424	.911	.707	.381
	N	90	90	90	90	90	90
Total_X1	Pearson Correlation	.287**	.390**	.238*	.567**	.317**	.657**
	Sig. (2-tailed)	.006	.000	.024	.000	.002	.000

N	90	90	90	90	90	90
---	----	----	----	----	----	----

Correlations

		X1.7	X1.8	Total_X1
X1.1	Pearson Correlation	-.134	-.071	.287
	Sig. (2-tailed)	.208	.508	.006
	N	90	90	90
X1.2	Pearson Correlation	-.040**	-.039	.390
	Sig. (2-tailed)	.705	.715	.000
	N	90	90	90
X1.3	Pearson Correlation	-.120	-.085	.238
	Sig. (2-tailed)	.262	.424	.024
	N	90	90	90
X1.4	Pearson Correlation	.149	.012	.567
	Sig. (2-tailed)	.160	.911	.000
	N	90	90	90
X1.5	Pearson Correlation	.106	-.040	.317
	Sig. (2-tailed)	.319	.707	.002
	N	90	90	90
X1.6	Pearson Correlation	.210	.094	.657
	Sig. (2-tailed)	.046	.381	.000
	N	90	90	90
X1.7	Pearson Correlation	1	.371	.484
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	90	90	90
X1.8	Pearson Correlation	.371	1	.372
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	90	90	90
Total_X1	Pearson Correlation	.484**	.372**	1*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	90	90	90

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

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

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6
	Pearson Correlation	1	-.018	.179	.156	.347**	.201
X2.1	Sig. (2-tailed)		.867	.091	.142	.001	.058
	N	90	90	90	90	90	90
	Pearson Correlation	-.058	1	.190	.086	.159	.027
X2.2	Sig. (2-tailed)	.584		.073	.422	.135	.800
	N	90	90	90	90	90	90
	Pearson Correlation	.123	.190	1	.368**	.296**	.162
X2.3	Sig. (2-tailed)	.249	.073		.000	.005	.128
	N	90	90	90	90	90	90
	Pearson Correlation	-.102	.086	.368**	1	.335**	.393**
X2.4	Sig. (2-tailed)	.339	.422	.000		.001	.000
	N	90	90	90	90	90	90
	Pearson Correlation	.025	.159	.296**	.335**	1	.220*
X2.5	Sig. (2-tailed)	.815	.135	.005	.001		.037
	N	90	90	90	90	90	90
	Pearson Correlation	-.053	.027	.162	.393**	.220*	1
X2.6	Sig. (2-tailed)	.617	.800	.128	.000	.037	
	N	90	90	90	90	90	90
	Pearson Correlation	-.050	.143	.166	.343**	.273**	.399**
X2.7	Sig. (2-tailed)	.641	.177	.118	.001	.009	.000
	N	90	90	90	90	90	90
	Pearson Correlation	.030	-.106	.081	.058	-.037	.267*
X2.8	Sig. (2-tailed)	.781	.320	.447	.587	.726	.011
	N	90	90	90	90	90	90
	Pearson Correlation	-.019	.275**	-.072	-.072	-.061	.156
X2.9	Sig. (2-tailed)	.861	.009	.498	.502	.567	.143

	N	90	90	90	90	90	90
X2.10	Pearson Correlation	-.043	.179	-.029	-.136	.012	.100
	Sig. (2-tailed)	.687	.091	.784	.201	.911	.347
	N	90	90	90	90	90	90
X2.11	Pearson Correlation	-.044	-.053	-.059	-.036	-.063	.184
	Sig. (2-tailed)	.678	.622	.582	.738	.552	.082
	N	90	90	90	90	90	90
X2.12	Pearson Correlation	.065	-.145	.042	.068	.242 [*]	.151
	Sig. (2-tailed)	.544	.172	.697	.522	.021	.156
	N	90	90	90	90	90	90

Correlations

		X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	X2.11	X2.12
X2.1	Pearson Correlation	.234	.037	.052	-.070	.042	.094
	Sig. (2-tailed)	.026	.727	.627	.511	.694	.376
	N	90	90	90	90	90	90
X2.2	Pearson Correlation	.143	-.106	.275	.179	-.253	-.145
	Sig. (2-tailed)	.177	.320	.009	.091	.622	.172
	N	90	90	90	90	90	90
X2.3	Pearson Correlation	.166	.081	-.072	-.529	.159	.042
	Sig. (2-tailed)	.118	.447	.498	.784	.582	.697
	N	90	90	90	90	90	90
X2.4	Pearson Correlation	.343	.058	.272	.236	-.036	.268
	Sig. (2-tailed)	.001	.587	.502	.201	.738	.522
	N	90	90	90	90	90	90
X2.5	Pearson Correlation	.273	-.037	-.061 ^{**}	.012 ^{**}	-.063	.242 [*]
	Sig. (2-tailed)	.009	.726	.567	.911	.552	.021
	N	90	90	90	90	90	90
X2.6	Pearson Correlation	.399	.267	.156	.100 ^{**}	.184 [*]	.151
	Sig. (2-tailed)	.000	.011	.143	.347	.082	.156
	N	90	90	90	90	90	90
X2.7	Pearson Correlation	1	.301	.140	.010 ^{**}	.080 ^{**}	.198 ^{**}

	Sig. (2-tailed)		.004	.190	.924	.454	.062
	N	90	90	90	90	90	90
	Pearson Correlation	.301	1	.221	.247	.248	.354*
X2.8	Sig. (2-tailed)	.004		.036	.019	.019	.001
	N	90	90	90	90	90	90
	Pearson Correlation	.140	.221**	1	.341	.223	.023
X2.9	Sig. (2-tailed)	.190	.036		.001	.035	.829
	N	90	90	90	90	90	90
	Pearson Correlation	.010	.247	.341	1	.307	.278
X2.10	Sig. (2-tailed)	.924	.019	.001		.003	.008
	N	90	90	90	90	90	90
	Pearson Correlation	.080	.248	.223	.307	1	.362
X2.11	Sig. (2-tailed)	.454	.019	.035	.003		.000
	N	90	90	90	90	90	90
	Pearson Correlation	.198	.354	.023	.278	.362*	1
X2.12	Sig. (2-tailed)	.062	.001	.829	.008	.000	
	N	90	90	90	90	90	90

Correlations

		X2.13	X2.14	X2.15	X2.16	X2.17	X2.18
	Pearson Correlation	.117	.156	.047	-.055	.012	.092
X2.1	Sig. (2-tailed)	.237	.141	.006	.657	.913	.391
	N	90	90	90	90	90	90
	Pearson Correlation	.037	.028	.179	.013	.084	.011
X2.2	Sig. (2-tailed)	.730	.792	.091	.902	.432	.916
	N	90	90	90	90	90	90
	Pearson Correlation	-.003	-.006	.028	-.045**	.117**	.113
X2.3	Sig. (2-tailed)	.981	.956	.795	.673	.274	.288
	N	90	90	90	90	90	90
	Pearson Correlation	.108	.129	-.043**	-.046	-.030**	.045**
X2.4	Sig. (2-tailed)	.310	.025	.084	.070	.179	.176

	N	90	90	90	90	90	90
	Pearson Correlation	.167	.062	.164**	-.084**	.060	.135*
X2.5	Sig. (2-tailed)	.116	.564	.123	.432	.576	.205
	N	90	90	90	90	90	90
	Pearson Correlation	.002	.001	.145	-.046**	.025*	.065
X2.6	Sig. (2-tailed)	.983	.995	.174	.668	.818	.544
	N	90	90	90	90	90	90
	Pearson Correlation	.042	-.044	.232	.074**	-.027**	-.003**
X2.7	Sig. (2-tailed)	.695	.684	.028	.488	.798	.978
	N	90	90	90	90	90	90
	Pearson Correlation	.024	-.051	.127	.191	.035	.066*
X2.8	Sig. (2-tailed)	.826	.630	.233	.072	.745	.537
	N	90	90	90	90	90	90
	Pearson Correlation	-.070	.030**	.180	.122	-.039	.164
X2.9	Sig. (2-tailed)	.511	.782	.089	.253	.715	.123
	N	90	90	90	90	90	90
	Pearson Correlation	-.021	-.054	.026	.216	.160	.099
X2.10	Sig. (2-tailed)	.847	.613	.804	.041	.133	.353
	N	90	90	90	90	90	90
	Pearson Correlation	-.095	.002	.066	.178	.096	.110
X2.11	Sig. (2-tailed)	.375	.986	.534	.093	.367	.304
	N	90	90	90	90	90	90
	Pearson Correlation	.102	.244	.141	.190	.036*	.019
X2.12	Sig. (2-tailed)	.340	.021	.183	.072	.733	.859
	N	90	90	90	90	90	90

Correlations

		Total_X2
	Pearson Correlation	.251
X2.1	Sig. (2-tailed)	.016
	N	90
	Pearson Correlation	.319
X2.2	Sig. (2-tailed)	.002

	N	90
	Pearson Correlation	.354
X2.3	Sig. (2-tailed)	.001
	N	90
	Pearson Correlation	.344
X2.4	Sig. (2-tailed)	.001
	N	90
	Pearson Correlation	.429
X2.5	Sig. (2-tailed)	.000
	N	90
	Pearson Correlation	.461
X2.6	Sig. (2-tailed)	.000
	N	90
	Pearson Correlation	.484
X2.7	Sig. (2-tailed)	.000
	N	90
	Pearson Correlation	.460
X2.8	Sig. (2-tailed)	.000
	N	90
	Pearson Correlation	.402
X2.9	Sig. (2-tailed)	.000
	N	90
	Pearson Correlation	.411
X2.10	Sig. (2-tailed)	.000
	N	90
	Pearson Correlation	.387
X2.11	Sig. (2-tailed)	.000
	N	90
	Pearson Correlation	.510
X2.12	Sig. (2-tailed)	.000
	N	90

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6
	Pearson Correlation	.060	.037	-.003	.108	.167	.002
X2.13	Sig. (2-tailed)	.571	.730	.981	.310	.116	.983
	N	90	90	90	90	90	90
	Pearson Correlation	.022	.028	-.006	.129	.062	.001
X2.14	Sig. (2-tailed)	.834	.792	.956	.225	.564	.995
	N	90	90	90	90	90	90
	Pearson Correlation	.089	.179	.028	-.043**	.164**	.145
X2.15	Sig. (2-tailed)	.406	.091	.795	.684	.123	.174
	N	90	90	90	90	90	90
	Pearson Correlation	-.057	.013	-.045**	-.046	-.084**	-.046**
X2.16	Sig. (2-tailed)	.596	.902	.673	.670	.432	.668
	N	90	90	90	90	90	90
	Pearson Correlation	-.035	.084	.117**	-.030**	.060	.025*
X2.17	Sig. (2-tailed)	.743	.432	.274	.779	.576	.818
	N	90	90	90	90	90	90
	Pearson Correlation	-.056	.011	.113	.045**	.135*	.065
X2.18	Sig. (2-tailed)	.598	.916	.288	.676	.205	.544
	N	90	90	90	90	90	90
	Pearson Correlation	.151	.319	.354	.344**	.429**	.461**
Total_X2	Sig. (2-tailed)	.156	.002	.001	.001	.000	.000
	N	90	90	90	90	90	90

Correlations

		X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	X2.11	X2.12
	Pearson Correlation	.042	.024	.070	-.021	-.095	.102
X2.13	Sig. (2-tailed)	.695	.826	.511	.847	.375	.340
	N	90	90	90	90	90	90
	Pearson Correlation	-.044	-.051	.030	-.054	.002	.244
X2.14	Sig. (2-tailed)	.684	.630	.782	.613	.986	.021

	N	90	90	90	90	90	90
	Pearson Correlation	.232	.127	.180	.026**	.066**	.141
X2.15	Sig. (2-tailed)	.028	.233	.089	.804	.534	.183
	N	90	90	90	90	90	90
	Pearson Correlation	.074	.191	.122**	.216	.178**	.190**
X2.16	Sig. (2-tailed)	.488	.072	.253	.041	.093	.072
	N	90	90	90	90	90	90
	Pearson Correlation	-.027	.035	-.039**	.160**	.096	.036*
X2.17	Sig. (2-tailed)	.798	.745	.715	.133	.367	.733
	N	90	90	90	90	90	90
	Pearson Correlation	-.003	.066	.164	.099**	.110*	.019
X2.18	Sig. (2-tailed)	.978	.537	.123	.353	.304	.859
	N	90	90	90	90	90	90
	Pearson Correlation	.484	.460	.402	.411**	.387**	.510**
Total_X2	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	90	90	90	90	90	90

Correlations

	X2.13	X2.14	X2.15	X2.16	X2.17	X2.18
	Pearson Correlation	1	.063	-.048	.291	.265
X2.13	Sig. (2-tailed)		.556	.653	.395	.543
	N	90	90	90	90	90
	Pearson Correlation	.063	1	-.073	.080	-.094
X2.14	Sig. (2-tailed)	.056		.001	.053	.076**
	N	90	90	90	90	90
	Pearson Correlation	-.048	-.073	1	.072**	.177**
X2.15	Sig. (2-tailed)	.653	.491		.499	.096
	N	90	90	90	90	90
X2.16	Pearson Correlation	-.091	.080	.072**	1	.372**
	N	90	90	90	90	90
	Pearson Correlation	.291	.265	.295	.387**	.304
X2.17	Sig. (2-tailed)	.395	.543	.096	.000	.000
	N	90	90	90	90	90
	Pearson Correlation	.056	.076**	.096	.372**	.223**
X2.18	Sig. (2-tailed)	.076**	.000	.295	.000	.000
	N	90	90	90	90	90

	Sig. (2-tailed)	.395	.453	.499		.000	.035
	N	90	90	90	90	90	90
	Pearson Correlation	-.065	-.046	.177**	.372**	1	.337*
X2.17	Sig. (2-tailed)	.543	.667	.096	.000		.001
	N	90	90	90	90	90	90
	Pearson Correlation	-.012	-.094	.112	.223**	.337*	1
X2.18	Sig. (2-tailed)	.914	.376	.295	.035	.001	
	N	90	90	90	90	90	90
	Pearson Correlation	.211	.168	.407	.372**	.361**	.370**
Total_X2	Sig. (2-tailed)	.046	.113	.000	.000	.000	.000
	N	90	90	90	90	90	90

Correlations

		Total_X2
X2.13	Pearson Correlation	.211
	Sig. (2-tailed)	.046
	N	90
X2.14	Pearson Correlation	.186
	Sig. (2-tailed)	.113
	N	90
X2.15	Pearson Correlation	.407
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	90
X2.16	Pearson Correlation	.372
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	90
X2.17	Pearson Correlation	.361
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	90
X2.18	Pearson Correlation	.370
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	90

Total_X2	N	90
	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	90

Correlations

		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6
Y1.1	Pearson Correlation	1	.236 [~]	-.023	.085	.103	.189
	Sig. (2-tailed)		.025	.829 ^{**}	.425 ^{**}	.334 ^{**}	.075
	N	90	90	90	90	90	90
Y1.2	Pearson Correlation	.236 [~]	1	.071	.227 [~]	.123	.064
	Sig. (2-tailed)	.025		.507	.032	.247	.548
	N	90	90	90	90	90	90
Y1.3	Pearson Correlation	-.023	.071	1	.225 [~]	.222 [~]	.376 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.829	.507		.033	.035	.000
	N	90	90	90	90	90	90
Y1.4	Pearson Correlation	.085	.227 [~]	.225 [~]	1	.390 ^{**}	-.006
	Sig. (2-tailed)	.425	.032	.033		.000	.955
	N	90	90	90	90	90	90
Y1.5	Pearson Correlation	.103	.123	.222 [~]	.390 ^{**}	1	.286 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.334	.247	.035	.000		.006
	N	90	90	90	90	90	90
Y1.6	Pearson Correlation	.189	.064	.376 ^{**}	-.006	.286 ^{**}	1
	Sig. (2-tailed)	.075	.548	.000	.955	.006	
	N	90	90	90	90	90	90
Y1.7	Pearson Correlation	.065	.147	.317 ^{**}	.016	.186	.361 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.545	.167	.002	.883	.079	.000
	N	90	90	90	90	90	90
Y1.8	Pearson Correlation	.105	.065	.209 [~]	.038	.043	.288 ^{**}

	Sig. (2-tailed)	.325	.540	.048	.725	.687	.006
	N	90	90	90	90	90	90
	Pearson Correlation	.409**	.449**	.548**	.487**	.562**	.593**
Total_Y	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	90	90	90	90	90	90

Correlations

		Y1.7	Y1.8	Total_Y
Y1.1	Pearson Correlation	.065	.105	.409
	Sig. (2-tailed)	.545	.325	.000
	N	90	90	90
Y1.2	Pearson Correlation	.147	.065	.449
	Sig. (2-tailed)	.167	.540	.000
	N	90	90	90
Y1.3	Pearson Correlation	.317	.209	.548
	Sig. (2-tailed)	.002	.048	.000
	N	90	90	90
Y1.4	Pearson Correlation	.016	.038	.487
	Sig. (2-tailed)	.883	.725	.000
	N	90	90	90
Y1.5	Pearson Correlation	.186	.043	.562
	Sig. (2-tailed)	.079	.687	.000
	N	90	90	90
Y1.6	Pearson Correlation	.361	.288	.593**
	Sig. (2-tailed)	.000	.006	.000
	N	90	90	90
Y1.7	Pearson Correlation	1	.449	.622**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	90	90	90
Y1.8	Pearson Correlation	.449	1	.532*
	Sig. (2-tailed)	.000		.000

	N	90	90	90
	Pearson Correlation	.622**	.532**	1**
Total_Y	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	90	90	90

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

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

2. Uji Reliabilitas

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	90	100.0
	Excluded ^a	0	0
	Total	90	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.602	.614	8

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	90	100.0
	Excluded ^a	0	0
	Total	90	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.616	.623	18

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	90	100.0
	Excluded ^a	0	0
	Total	90	100.0

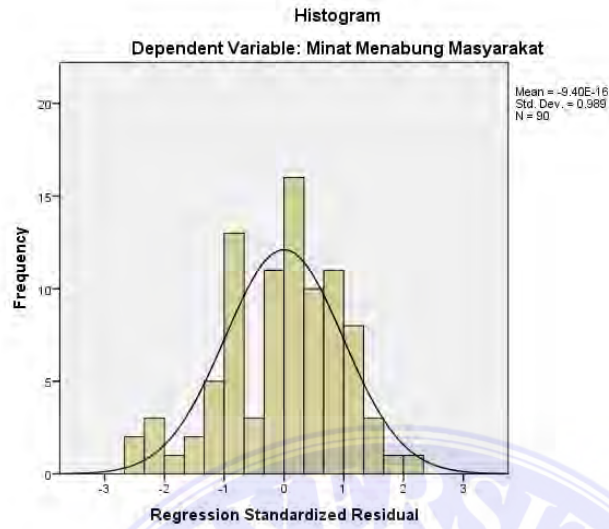
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

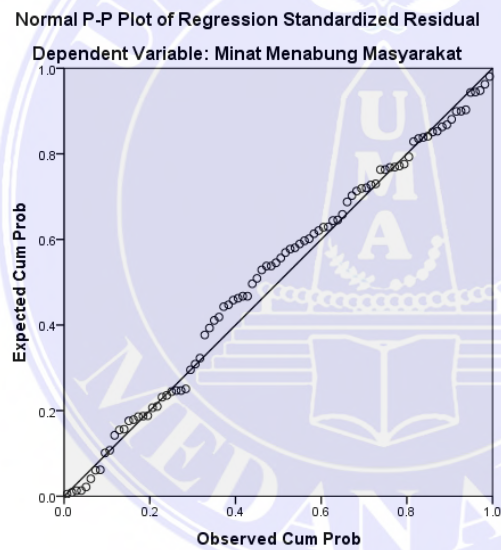
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.624	.627	8

A. Uji Normalitas

1. Uji *Histogram Normal Curve*



2. Uji *P-Plot*



3. Kolmogorov Smirnov (K-S)

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		90
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	3.12498503
	Absolute	.076
Most Extreme Differences	Positive	.040
	Negative	-.076
Kolmogorov-Smirnov Z		.717
Asymp. Sig. (2-tailed)		.683

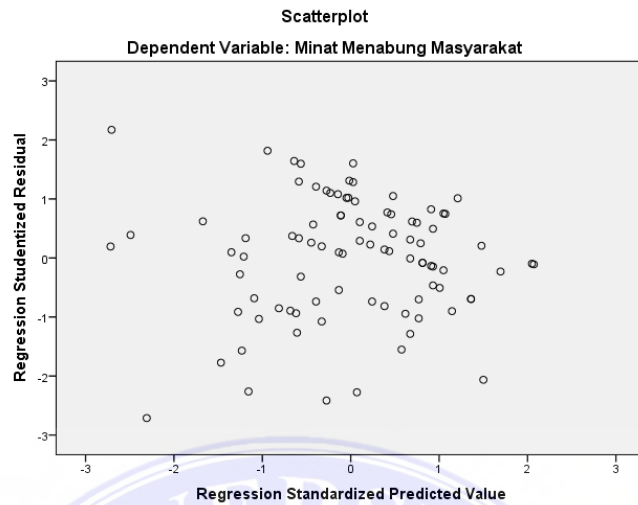
B. Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model	Sig.	Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1			
	(Constant)	.167	
	Pemahaman Masyarakat atas Peran Penyampaian Informasi Akuntansi	.007	.918 1.089
	Pemahaman Masyarakat atas Produk Tabungan Syariah	.003	.918 1.089

a. Dependent Variable: Minat Menabung Masyarakat

C. Uji Heterokedastistas



D. Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.719	5.545		1.392
	Pemahaman Masyarakat atas Peran Penyampaian Informasi Akuntansi	.354	.129	.273	2.754
	Pemahaman Masyarakat atas Produk Tabungan Syariah	.195	.063	.308	3.112

Coefficients^a

Model	Sig.	
1	(Constant)	.167
	Pemahaman Masyarakat atas Peran Penyampaian Informasi Akuntansi	.007
	Pemahaman Masyarakat atas Produk Tabungan Syariah	.003

a. Dependent Variable: Minat Menabung Masyarakat

E. Uji Hipotesis

1. Uji t (Parsial)

Coefficientsa

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t
	B	Std. Error	Beta	
(Constant)	7.719	5.545		1.392
1 Pemahaman Masyarakat atas Peran Penyampaian Informasi Akuntansi	.354	.129	.273	2.754
Pemahaman Masyarakat atas Produk Tabungan Syariah	.195	.063	.308	3.112

Coefficientsa

Model	Sig.
(Constant)	.167
1 Pemahaman Masyarakat atas Peran Penyampaian Informasi Akuntansi	.007
Pemahaman Masyarakat atas Produk Tabungan Syariah	.003

2. Uji F (Simultan)

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	241.323	2	120.662	12.078	.000 ^b
Residual	869.132	87	9.990		
Total	1110.456	89			

a. Dependent Variable: Minat Menabung Masyarakat

b. Predictors: (Constant), Pemahaman Masyarakat atas Produk Tabungan Syariah, Pemahaman Masyarakat atas Peran Penyampaian Informasi Akuntansi

3. Koefisien Determinasi

Model Summary^b


Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.656 ^a	.617	.599	3.161

a. Predictors: (Constant), Pemahaman Masyarakat atas Produk Tabungan Syariah, Pemahaman Masyarakat atas Peran Penyampaian Informasi Akuntansi

b. Dependent Variable: Minat Menabung Masyarakat



Lampiran 6 : Surat Izin Penelitian

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Kampus I : Jl. Kolam No. 1 Medan Estate Telp (061) 7366878, 7360168, 7364348, 7366781, Fax. (061) 7366998
Kampus II : Jl. Sei Serayu No. 70A/Jl. Setia Budi No. 79B Medan Telp (061) 8225602, 8201994, Fax. (061) 8226331
Email : univ_medanarea@uma.ac.id Website.uma.ac.id/ekonomi.uma.ac.id email fakultas : ekonomi@uma.ac.id

Nomor : 1394/833/01.1/ XII/ 2021 16 Desember 2021
Lamp. :
Perihal : Izin Research / Survey

Kepada, Yth
PT Bank Syariah Indonesia Medan KC Kampung Baru


Dengan hormat, Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Medan Area di Medan,
mengharapkan bantuan saudara kepada mahasiswa kami :

Nama : THARIQUL JANNAH
N P M : 188330100
Program Studi : Akuntansi
Judul : Pengaruh Pemahaman Masyarakat Atas Peran Penyampaian Informasi Akuntansi Dan Produk Tabungan Syariah Terhadap Minat Menabung Masyarakat Pada PT Bank Syariah Indonesia Medan KC Kampung Baru

Untuk diberi izin Research / Survey yang Saudara pimpin selama Satu Bulan. Hal ini dibutuhkan sehubungan dengan tugasnya menyusun Skripsi sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada Perguruan Tinggi dengan memenuhi ketentuan dan peraturan administrasi di Instansi / Perusahaan Bapak/Ibu


Dapat kami beritahukan bahwa Research ini dipergunakan hanya untuk kepentingan ilmiah semata-mata. Kami mohon kiranya diberikan kemudahan dalam pengambilan data yang diperlukan, serta memberikan surat keterangan yang menyatakan telah selesai melakukan penelitian.

Demikian kami sampaikan atas bantuan dan kerjasama yang baik kami ucapkan terima kasih.

Wakil Dekan Bid. Akademik

Sari Nurulhina, SE, M, ACC, AK

Tembusan :
1. Wakil Rektor Bidang Akademik
2. Kepala LPPM

Lampiran 7 : Surat Balasan Izin Penelitian



19 Januari 2022
No.02/120-3/RO II

Kepada
Univeristas Medan Area
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Jl. Kolam No.1, Medan

PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk
Regional Medan
Jl. A. Yani No.100 Lt. IV
Medan 20111
T : (061) 4534456 (Hunting)
F : (061) 4534456
www.bankbsi.co.id

Up. Yth Bapak/Ibu Sari Nuzulina, SE,M.ACC,Ak

Perihal: **PERSETUJUAN PENELITIAN (RISET)**

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Semoga Bapak/Ibu beserta seluruh staff selalu dalam keadaan sehat walafiat dan senantiasa dalam lindungan dan rahmat dari Allah SWT.

Menunjuk perihal tersebut di atas, bersama ini disampaikan bahwa pelaksanaan riset dalam rangka penyusunan disertasi mahasiswa Bapak/Ibu dapat dilaksanakan dengan keterangan sbb :

No	Nama	NIM	Judul Penelitian	Tempat Riset
1	Thariqul Jannah	188330100	Pengaruh Pemahaman Masyarakat Atas Peran Penyampaian Informasi Akuntansi dan Produk Tabungan Syariah Terhadap Minat Menabung Masyarakat	KC Medan K. Baru

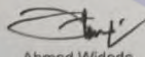
Kami sampaikan bahwa selama pelaksanaan penelitian tersebut agar memperhatikan dan mematuhi ketentuan sebagai berikut:

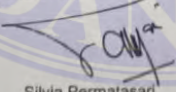
1. Peserta riset harus mematuhi UU Perbankan No 10 tahun 1998 serta ketentuan intern PT Bank Syariah Indonesia Tbk. yang menyangkut prinsip-prinsip kerahasiaan bank;
2. Peserta riset harus mematuhi SE No. 5/007/DSI tanggal 5 Agustus 2003 perihal Riset, Survey, Penelitian Ilmiah, Pengisian Kuesioner bagi mahasiswa dalam rangka penyusunan skripsi/disertasi program studi S.1-S.2-S.3 dan praktek kerja lapangan/magang bagi siswa sekolah menengah kejuruan/diploma;
3. Peserta riset hanya dapat memperoleh data untuk kepentingan ilmiah dan yang bersangkutan tidak diperkenankan menyebarkanluaskannya kepada pihak lain;
4. Peserta riset tidak diperkenankan menyalin (*fotocopy*) data dan membuat salinan dokumen nasabah untuk kepentingan pribadi;
5. Peserta melaksanakan riset selama ± 2 (dua) minggu, dan bila diperlukan, dapat diperpanjang dengan jangka waktu maksimal 1 (satu) bulan;
6. Peserta riset di bawah bimbingan dan pengawasan seorang pejabat bank;
7. Peserta riset menyerahkan 1 (satu) buah *copy* hasil riset yang telah diperiksa/disetujui oleh pembimbing dan pejabat Bank Syariah Mandiri;
8. Peserta wajib menandatangani **Surat Pernyataan** bermaterai (terlampir).

Demikian kami sampaikan atas kerjasama Bapak/Ibu kami mengucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

PT BANK SYARIAH INDONESIA Tbk.
REGION MEDAN


 Ahmad Widodo
RFB Deputy


 Silvia Permatasari
FTB Deputy