

## ABSTRAK

***Gia Dara Hafizah (1179220034): Pengaruh Persepsi Masyarakat Atas Konversi Bank Aceh Menjadi Bank Syariah Terhadap Minat Menabung Masyarakat di Bank Aceh Syariah (Studi Pada Masyarakat Aceh Tengah)***

Bank Aceh mempunyai histori yang panjang yang awalnya beroperasi dengan sistem konvensional dan mempunyai cabang unit usaha syariah, lalu berdasarkan pelbagai pertimbangan dan sesuai dengan peraturan daerah Aceh diubah menjadi sistem yang menjalankan kegiatan sesuai syariah secara menyeluruh pada 19 September. Tentunya ada berbagai persepsi yang muncul di kalangan masyarakat atas konversi Bank Aceh ini, dan bagaimana akhirnya persepsi ini berpengaruh terhadap minat menabung masyarakat di Bank Aceh Syariah. Memang persepsi bukanlah satu-satunya faktor yang mempengaruhi minat beli masyarakat (dalam penelitian ini minat menabung), namun persepsi adalah salah satunya.

Penelitian ini bertujuan untuk melihat dan mengukur seberapa besar pengaruh dari persepsi mengenai konversi Bank Aceh terhadap minat menabung masyarakat Aceh Tengah di Bank Aceh Syariah.

Maxxwell berpendapat bahwa konsumen akan mengambil keputusan pembelian dengan dasar persepsi yang dimiliki terhadap suatu produk (barang/jasa) dan kaitannya dengan bagaimana produk tersebut mampu menjadi pemenuh kebutuhannya (Khunniza, 2010). Penelitian ini memiliki kerangka berpikir mengenai bagaimana persepsi berpengaruh terhadap minat menabung. Dalam hal ini, persepsi merupakan variabel (X) dan variabel (Y) diwakilkan oleh minat.

Jenis yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan metode deskriptif verifikatif. Data yang digunakan merupakan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner secara online kepada 100 orang sampel yang merupakan masyarakat yang berdomisili di Aceh tengah dan setidaknya berusia 17 tahun.

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan pada penelitian ini dengan bantuan program SPSS, didapat hasil dari koefisien determinasi sebesar 0,788 atau 78,8%. Angka tersebut menunjukkan bahwa variabel persepsi masyarakat atas konversi Bank Aceh berpengaruh sebesar 78,8% terhadap minat masyarakat untuk menabung di Bank Aceh Syariah. Dengan kata lain, variabel bebas (persepsi) mampu mempengaruhi variabel terikat (minat) sebesar 78,8%. Sementara sisanya sebesar 21,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Selain itu, berdasarkan analisis diperoleh hasil  $t_{hitung}$  yang berjumlah 19,909 sedangkan  $t_{tabel}$  berjumlah 1,987, yang berarti  $t_{hitung} > t_{tabel}$ . Maka dalam hal ini,  $H_0$  diterima, yang berarti bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara persepsi masyarakat Aceh Tengah atas konversi Bank Aceh terhadap minat menabung masyarakat di Bank Aceh Syariah. Berdasarkan penelitian yang dilakukan, diperoleh hasil bahwa persepsi masyarakat atas konversi Bank Aceh menjadi bank syariah ini berpengaruh positif dan signifikan

terhadap minat menabung masyarakat Kabupaten Aceh Tengah di Bank Aceh Syariah, besar pengaruhnya yaitu sebesar 0,788 atau setara dengan 78,8%.

**Kata Kunci:** Persepsi; Minat; Minat Menabung; Bank Aceh Syariah; Konversi;

