

**PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP MINAT MENABUNG MASYARAKAT DI BPR
SYARIAH LANTABUR TEBUIRENG JOMBANG**

SKRIPSI



Oleh:

MAHFIDHOTUL KHASANAH

NIM: 18540097

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG**

2021

**PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP MINAT MENABUNG MASYARAKAT DI BPR
SYARIAH LANTABUR TEBUIRENG JOMBANG**

SKRIPSI

Diajukan Kepada:
Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang
untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)



O l e h

**MAHFIDHOTUL KHASANAH
NIM : 18540097**

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG
2021**

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP MINAT MENABUNG MASYARAKAT DI BPR
SYARIAH LANTABUR TEBUIRENG JOMBANG**

SKRIPSI

Oleh

MAHFIDHOTUL KHASANAH

NIM: 18540097

Telah disetujui pada tanggal 7 Oktober 2021
Dosen Pembimbing,



Irmayanti Hasan, S.T., M.M.
NIP. 19770506 200312 2 001



Mengetahui:
Ketua Jurusan Perbankan Syariah,

Bayu Rahayu, SE., MM
NIP. 19770826 200801 2 011

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP MINAT MENABUNG MASYARAKAT DI BPR
SYARIAH LANTABUR TEBUIRENG JOMBANG**

SKRIPSI

Oleh

MAHFIDHOTUL KHASANAH
NIM : 18540097

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji
Dan Dinyatakan Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Pada 26 November 2021

Susunan Dewan Penguji:

1. Ketua Penguji
Rini Safitri, SE., M.M
NIP. 19930328 201903 2 016
2. Dosen Pembimbing/Sekretaris
Irmayanti Hasan, S.T, M.M.
NIP. 19770506 200312 2 001
3. Penguji Utama
Dr. Siswanto, M.Si
NIP. 19750906 200604 1 001

Tanda Tangan

()

()

()

Disahkan Oleh:

Ketua Jurusan Perbankan Syariah,




Yavile Sri Bahayu, SE., MM
NIP. 19770826 200801 2 011

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Mahfidhotul Khasanah
NIM : 18540097
Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat memenuhi persyaratan kelulusan pada Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang, dengan judul: **PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT MENABUNG MASYARAKAT DI BPR SYARIAH LANTABUR TEBUIRENG JOMBANG** adalah hasil karya saya sendiri, bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Selanjutnya apabila dikemudian hari ada “klaim” dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab Dosen Pembimbing dana tau Pihak Fakultas Ekonomi, tetapi menjadi tanggung jawab saya sendiri.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Malang 1 November 2021

Hormat Saya,



Mahfidhotul Khasanah

NIM : 18540097

LEMBAR PERSEMBAHAN

Alhamdulillah saya panjatkan kepada Allah SWT, atas segala rahmat yang telah diberikan, sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi. Puji syukur saya panjatkan kepada Allah yang telah menghadirkan orang baik disekitar saya dengan memberikan semangat dan doa dalam setiap langkah saya untuk menyelesaikan skripsi dengan semangat.

Skripsi ini saya persembahkan kepada:

Bapak dan Ibu Tercinta

Skripsi ini saya persembahkan sepenuhnya kepada dua orang hebat dalam hidup saya, Bapak Marwan dan Ibu Jumaiyah. Keduanya lah yang membuat segalanya menjadi mungkin sehingga saya bisa sampai pada tahap dimana skripsi ini akhirnya selesai. Terimakasih atas segala pengorbanan, nasihat dan doa baik yang tidak pernah berhenti kalian berikan kepadaku. Hidup menjadi begitu mudah dan lancar ketika kita memiliki orang tua yang lebih memahami kita dari ada diri kita sendiri. Terimakasih telah menjadi orang tua yang sempurna.

Dosen Pembimbing

Ibu Irmayanti Hasan, ST., MM terimakasih selama ini telah membimbing saya hingga dapat menyelesaikan skripsi ini. Ibu tidak pernah lelah memberikan masukan, saran, dan semangat, pengorbanan yang ibu berikan akan selalu saya ingat.

Dosen

Terimakasih kepada para dosen-dosen saya yang telah memberikan bantuan kepada saya dalam menyelesaikan skripsi. Nasihat dan ilmu yang selama ini bapak dan ibu dosen dengan rasa tulus dan ikhlas.

Sahabat Skripsi

Kristi Fiki Andrayani, Mirro Farichawati, Nourma Amalia, Indah Kusuma Wardhani, Maharani, Khoirun Nisyak terimakasih telah memberikan masukan, semangat, saran, dalam mengerjakan skripsi ini.

Terimakasih teruntuk rekan seperjuangan saya yang berada di jurusan D3 Perbankan Syariah 2017 yang sama-sama berjuang dengan menggapai cita-cita. Maaf jika saya banyak salah, dan terimakasih untuk support yang luar biasa.

MOTTO

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا – ٥ إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا – ٦ فَإِذَا فَرَغْتَ فَانصَبْ - ٧

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan, apabila kamu telah selesai dari suatu urusan maka kerjakanlah dengan sungguh-sungguh urusan yang lain”. (Q.S Al-Insyirah: 5-7).

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Puji syukur kepada Allah SWT berkat Rahmat, Hidayah, dan Karunia-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan Proposal Penelitian Saya dengan judul “Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Masyarakat di BPRS Lantabur Tebuireng Jombang”.

Penulis menyadari bahwa dalam pengerjaan penelitian ini, penulis mendapat bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dengan tulus dan segala kerendahan hati penulis menyampaikan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. M. Zainuddin, MA, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Bapak Dr. H. Misbahul Munir, Lc., M.EI, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Ibu Yayuk Sri Rahayu, S.E., M.M, selaku Ketua Jurusan S1 Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Ibu Irmaayanti Hasan, S.T., MM selaku Dosen Pembimbing skripsi yang telah memberi banyak bimbingan, masukan, dan arahan bagi penulis, sehingga proposal skripsi yang dapat diselesaikan. Semoga segala kebaikan bernilai ibadah dan menjadi amal jariyah.
5. Segenap sivitas akademik S1 Perbankan Syariah, terutama seluruh dosen pengajar yang telah memberikan pengetahuan dan wawasan kepada penulis selama menempuh studi di Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
6. Bapak Marwan dan Ibu Jumaiyah selaku kedua orang tua saya, Nasiruddin dan Muhammad Syarifuddin selaku adik saya, yang selalu memberikan kepercayaan, dukungan, do'a yang ikhlas dan tulus. Semoga Allah SWT senantiasa meridhoi dan membalas segala jerih payah dan kasih sayang yang telah diberikan.

7. Teman-teman angkatan jurusan S1 Perbankan Syariah angkatan 2017 yang menjadi *partner* saat pembelajaran di kelas serta selalu memberikan doa dalam proses pengerjaan skripsi.
8. Semua pihak yang ikut membantu dalam penyusunan proposal baik dalam bentuk materil dan moril.

Penulis menyadari dalam penyusunan proposal ini masih terdapat kekurangan dan penulis berharap skripsi ini bisa memberikan manfaat kepada para pembaca khususnya bagi penulis. *Amin Ya Rabbal Alamin.*

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Malang, 1 November 2021

Penulis

DAFTAR ISI

| | |
|--------------------------------------------|-------------|
| HALAMAN SAMPUL DEPAN | |
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN PERSETUJUAN | ii |
| HALAMAN PENGESAHAN..... | iii |
| HALAMAN PERNYATAAN..... | iv |
| HALAMAN PERSEMBAHAN | v |
| HALAMAN MOTTO | vi |
| KATA PENGANTAR..... | vii |
| DAFTAR ISI..... | ix |
| DAFTAR TABEL..... | xii |
| DAFTAR GAMBAR..... | xiii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xiv |
| ABSTRAK | xv |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 11 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 12 |
| 1.3 Tujuan Penelitian | 12 |
| 1.4 Manfaat Penelitian | 12 |
| BAB II KAJIAN TEORI | 12 |
| 2.1 Hasil-hasil Penelitian Terdahulu | 12-29 |
| 2.2 Kajian Teoritis | 29 |
| 2.2.1 Promosi | 29-33 |
| 2.2.2 Kualitas Pelayanan..... | 33-38 |
| 2.2.3 Minat Menabung..... | 39-41 |
| 2.2.4 Bank Pembiayaan Rakyat Syariah..... | 41-43 |
| 2.3 Kerangka Konseptual..... | 44-45 |
| 2.4 Hipotesis | 45 |

| | |
|----------------------------------------------------------|-----------|
| BAB III METODE PENELITIAN | 46 |
| 3.1 Jenis Penelitian..... | 46 |
| 3.2 Lokasi Penelitian..... | 46 |
| 3.3 Populasi dan Sampel | 46 |
| 3.4 Data dan Jenis Data..... | 47 |
| 3.5 Teknik Pengumpulan Data..... | 48 |
| 3.6 Instrumen Penelitian | 48 |
| 3.7 Definisi Operasional Variabel | 49-54 |
| 3.8 Uji Validitas dan Reliabilitas | 54 |
| 3.9 Teknik Pengelolaan Data | 55 |
| 3.9.1 Analisis Deskriptif | 55 |
| 3.9.2 Uji Asumsi Klasik..... | 56 |
| 3.9.3 Analisis Regresi Linier Berganda..... | 56 |
| 3.10 Pengujian Hipotesis | 57-58 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | 59 |
| 4.1 Hasil Penelitian | 59 |
| 4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan | 60-61 |
| 4.1.2 Visi Misi Perusahaan | 61 |
| 4.1.3 Ruang Lingkup Perusahaan | 61-67 |
| 4.1.4 Gambaran Umum Perusahaan | 68 |
| 4.2 Analisis Data..... | 68 |
| 4.2.1 Hasil Analisis Deskriptif | 69-72 |
| 4.3 Uji Instrumen | 72-74 |
| 4.3.1 Uji Validitas dan Reliabilitas..... | 75-80 |
| 4.3.2 Uji Asumsi Klasik..... | 80-82 |
| 4.3.3 Uji Regresi Linier Berganda..... | 83-86 |
| 4.3.4 Pengujian Hipotesis | 86 |
| 4.4 Pembahasan..... | 86-87 |
| 4.4.1 Variabel Promosi (X1)..... | 87-89 |
| 4.4.2 Variabel Kualitas Pelayanan (X2) | 89-90 |
| 4.4.3 Promosi berpengaruh simultan Kualitas Pelayanan .. | 89-90 |
| BAB V PENUTUP..... | 90 |
| 5.1 Kesimpulan | 90 |
| 5.2 Saran..... | 91-92 |

| | |
|----------------------------|--------------|
| DAFTAR PUSTAKA..... | 92-96 |
|----------------------------|--------------|

DAFTAR TABEL

| | |
|-----------------------------------------------------------------------|-------|
| Tabel 1.1 Laporan Keuangan BPR Syariah Lantabur Tebuireng | 5 |
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu | 17-29 |
| Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel..... | 50-54 |
| Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia..... | 66-67 |
| Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 67 |
| Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan | 67-68 |
| Tabel 4.4 Nilai Skor dan Kategori | 68 |
| Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Variabel Promosi (X1) | 69-70 |
| Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Pelayanan (X2) | 70-71 |
| Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Variabel Minat Menabung (Y) | 71-72 |
| Tabel 4.8 Uji Validitas | 72-73 |
| Tabel 4.9 Uji Reliabilitas | 74 |
| Tabel 4.10 Uji Normalitas..... | 75-76 |
| Tabel 4.11 Uji Heteroskedastisitas..... | 77-78 |
| Tabel 4.12 Uji Multikolinearitas | 78 |
| Tabel 4.13 Uji Linearitas Variabel Promosi (X1)..... | 79 |
| Tabel 4.14 Uji Linearitas Variabel Kualitas Pelayanan (X2) | 80 |
| Tabel 4.15 Analisis Regresi Linier Berganda | 81-82 |
| Tabel 4.16 Uji T (Parsial)..... | 83 |
| Tabel 4.17 Uji F (Simultan) | 84 |
| Tabel 4.18 Uji Determinasi (R^2) | 85 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|-----------------------------------------|----|
| Gambar 2.1 Kerangka Konseptual | 44 |
| Gambar 4.1 Uji Normalitas | 76 |
| Gambar 4.2 Uji Heterokedastisitas | 78 |

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 Dokumentasi

Lampiran 3 Tabulasi Data Hasil Kuesioner

Lampiran 4 Distribusi Frekuensi

Lampiran 5 Uji Validitas

Lampiran 6 Uji Reliabilitas

Lampiran 7 Uji Asumsi Klasik

Lampiran 8 Biodata Peneliti

Lampiran 9 Surat Keterangan Bebas Plagiarisme

ABSTRAK

Mahfidhotul Khasanah 2021. Skripsi. Judul: “Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Menabung Masyarakat di BPR Syariah Lantabur Tebuireng Jombang”.

Pembimbing : Irmayanti Hasan, ST., MM

Kata Kunci : Promosi, Kualitas Pelayanan, Minat Menabung

Menabung merupakan bagian dari mempersiapkan perencanaan di masa yang akan datang sekaligus buat jika mengalami hal-hal yang tidak diinginkan. Dengan menabung kita dapat menjadi individu yang hemat serta tentu pula kita dapat mengendalikan keuangan. Keberadaan BPRS Lantabur Tebuireng Jombang ini tidak lepas dari ketatnya persaingan antar lembaga keuangan syariah sebagai penyedia modal usaha. Dalam menghadapi kondisi persaingan semakin hari semakin ketat ini, maka dapat dilakukan dengan cara menumbuhkan perubahan teknologi dan lainnya. Adapun hal dilakukan dengan melakukan promosi dan memberikan kualitas pelayanan yang baik kepada nasabah. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan terhadap minat menabung masyarakat di BPR Syariah Lantabur Tebuireng Jombang.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel yang diambil dengan metode *Filedh Research* atau penelitian lapangan. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang berminat menabung di BPR Syariah Lantabur Tebuireng Jombang dengan sampel sebanyak 190 orang. Pengujian hipotesis menggunakan *Statistical Product and Service Solutions (SPSS)* versi 26. Data yang digunakan berupa data hasil kuesioner yang disebar kepada nasabah dan masyarakat pengguna produk tabungan tadhabur sebagai objek penelitian. Uji analisa ini menggunakan analisis regresi linier berganda.

Hasil uji dalam penelitian ini menunjukkan bahwa promosi dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap minat menabung masyarakat, hal itu dapat dibuktikan dengan hasil uji parsial pada variabel promosi dengan mendapatkan nilai $T_{hitung} 5,874 > T_{tabel} 1,972$ dan nilai $Sig 0,000 < 0,05$ dan variabel kualitas pelayanan dengan mendapatkan nilai $T_{hitung} 3,045 > T_{tabel} 1,972$ dan nilai $Sig 0,003 < 0,05$. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Kesimpulannya promosi dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat menabung masyarakat di BPR Syariah Lantabur Tebuireng Jombang. Sedangkan hasil uji simultan mendapatkan nilai $F_{hitung} 150,450 > F_{tabel} 3,04$ dan nilai $Sig 0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, dapat disimpulkan bahwa variabel promosi dan kualitas pelayanan secara bersama berpengaruh signifikan terhadap minat menabung masyarakat di BPR Syariah Lantabur Tebuireng Jombang.

ABSTRACT

Mahfidhotul Khasanah 2021. Thesis. Title: "The Effect of Promotion and Service Quality on Interest in Savings in the Community at BPR Syariah Lantabur Tebuireng Jombang".

Supervisor : Irmayanti Hasan, ST., MM

Keywords : Promotion, Service Quality, Saving Interest

Saving is part of preparing plans for the future as well as for when things go wrong. By saving, we can become thrifty individuals and of course we can control our finances. The existence of BPRS Lantabur Tebuireng Jombang cannot be separated from the intense competition between Islamic financial institutions as providers of venture capital. In the face of increasingly fierce competition conditions, this can be done by fostering technological and other changes. This is done by promoting and providing good quality service to customers. The purpose of this study was to determine how much influence promotion, service quality had on people's interest in saving at BPR Syariah Lantabur Tebuireng Jombang.

This study uses quantitative methods with sampling techniques taken by the Filedh Research method or field research. The population in this study is people who are interested in saving at BPR Syariah Lantabur Tebuireng Jombang with a sample of 190 people. Hypothesis testing using Statistical Product and Service Solutions (SPSS) version 26. The data used is in the form of data from questionnaires distributed to customers and community users of Tadhabur savings products as the object of research. This analysis test uses multiple linear regression analysis.

The test results in this study indicate that promotion and service quality have a significant and positive influence on people's interest in saving, it can be proven by the results of a partial test on the promotion variable by obtaining a value of $T_{count} 5.874 > T_{table} 1.972$ and a Sig value of $0.000 < 0.05$ and service quality variable by getting a value of $T_{count} 3,045 > T_{table} 1,972$ and a Sig value of $0,003 < 0,05$. So H_0 is rejected and H_a is accepted. In conclusion, promotion and service quality have a significant and positive effect on people's interest in saving at BPR Syariah Lantabur Tebuireng Jombang. While the results of the simultaneous test get a value of $F_{count} 150.450 > F_{table} 3.04$ and a value of Sig $0.000 < 0.05$ then H_0 is rejected and H_1 is accepted, it can be concluded that the promotion and service quality variables together have a significant influence on people's saving interest in BPR Syariah Lantabur Tebuireng Jombang.

مستخلص البحث

محفوظة الحسنة، ٢٠٢١. البحث الجامعي، أثر الترويج وجودة الخدمة على الاهتمام بالادخار لدى المجتمع في بنك الائتمان الشعبي (BPR) الإسلامي لن تبور تبو إرينج جومبانج.

المشرف: إيرمايانتي حسن، الماجستير.

الكلمات الرئيسية: الترويج، جودة الخدمة، الاهتمام بالادخار.

الادخار هو جزء من إعداد التخطيط في المستقبل، بالإضافة إلى الاستعداد عند مواجهة أشياء غير مرغوب فيها. من خلال الادخار يمكننا أن نصبح أفرادا مقتصدين وبالطبع يمكننا التحكم في الشؤون المالية. إن وجود بنك الائتمان الشعبي (BPR) الإسلامي لن تبور تبو إرينج جومبانج لا ينفصل عن المنافسة الشديدة بين المؤسسات المالية الإسلامية كمقدم لرأس المال التجاري. وفي مواجهة ظروف المنافسة المتزايدة، يمكن القيام بذلك عن طريق التغييرات التكنولوجية وغيرها من التغييرات المتزايدة. أما بالنسبة للقيام بذلك من خلال القيام بالترويج وتقديم الخدمات ذات نوعية جيدة للعملاء. الهدف من هذا البحث هو معرفة مدى أثر الترويج وجودة الخدمة على الاهتمام بالادخار لدى المجتمع بنك الائتمان الشعبي (BPR) الإسلامي لن تبور تبو إرينج جومبانج.

استخدم هذا البحث منهج البحث الكمي مع طريقة أخذ العينات التي اتخذت مع طريقة البحث الميداني. سكان هذا البحث هو المجتمع الذي يهتم في الادخار بنك الائتمان الشعبي (BPR) الإسلامي لن تبور تبو إرينج جومبانج مما يبلغ عده ١٩٠ شخصا. اختبار الفرضية باستخدام SPSS إصدار ٢٦. البيانات المستخدمة في شكل الاستبانة الموزعة على العملاء ومجتمع مستخدمي منتجات الادخار "تدابير" كموضوع البحث. يستخدم اختبار تحليل انحدار خطي متعدد.

وأظهرت نتائج هذا البحث أن الترويج وجودة الخدمة لهما أثر كبير وإيجابي على الاهتمام بالادخار، ويمكن إثبات ذلك من خلال نتائج اختبار جزئي على المتغير الترويج التي تحصل على قيمة ت الحساب $0,874 < t$ الجدول $1,972$ مع درجة الأهمية $0,000 < 0,05$ و المتغير جودة الخدمة بقيمة ت الحساب $3,045 < t$ الجدول $1,972$ مع درجة الأهمية $0,003 > 0,05$. لذا تم رفض (H_0) و قبول (H_a) ، هذا يعني أن الترويج وجودة الخدمة لهما أثر كبير وإيجابي على الاهتمام بالادخار لدى المجتمع في بنك الائتمان الشعبي (BPR) الإسلامي لن تبور تبو إرينج جومبانج. أما نتائج الاختبار المتزامن تحصل على قيمة ف الحساب $150,450 < F$ الجدول $3,04$ مع درجة الأهمية $0,000 > 0,05$. لذا تم رفض H_0 وقبول H_1 ، ويمكن الاستنتاج منها أن المتغيرين (الترويج وجودة الخدمة) لهما أثر كبير على الاهتمام بالادخار لدى المجتمع في بنك الائتمان الشعبي (BPR) الإسلامي لن تبور تبو إرينج جومبانج بشكل كلي.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Menabung merupakan bagian dari mempersiapkan perencanaan masa yang akan datang sekaligus untuk menghadapi hal-hal yang tidak diinginkan. Secara tektis, cara menabung yaitu menyisihkan harta yang dimiliki saat ini untuk memenuhi kebutuhan masa depan. Menabung merupakan kegiatan yang positif, dengan menabung kita bisa menjadi pribadi yang hemat dan tentu juga kita dapat mengatur keuangan (Lai, 2015).

Lembaga keuangan di Indonesia baik dari lembaga keuangan yang berbasis konvensional maupun syariah membuat persaingan semakin ketat baik dalam memberikan fasilitas-fasilitas jasa perbankan maupun dalam segi peningkatan kualitas pelayanan dan produk-produk yang dikeluarkan. Hal ini dengan maksud dan tujuan untuk memperoleh nasabah dan mendapatkan keuntungan. Bank syariah memiliki sistem yang berbeda dengan bank konvensional dalam segi memperoleh keuntungannya, dimana bank syariah melarang adanya riba yaitu dengan menggunakan prinsi bagi hasil, sedangkan pada bank konvensional menggunakan perangkat bunga (Antonio, 2015). Perbankan syariah sendiri merupakan bank yang kegiatan usahanya dilakukan sesuai dengan prinsip syariah yaitu aturan-aturan tentang bank syariah dengan pihak lain tentang hukum islam baik dari segi penyimpanan dana ataupun pembiayaan usaha dari masyarakat dan nasabah dinyatakan dengan prinsip syariah (Hasan, 2010).

Pada dasarnya bank syariah mempunyai tugas yang sama dengan bank umum, sesuai dengan peranan perbankan Indonesia ialah selaku penghimpun serta penyaluran dana dari masyarakat ataupun bisa dikatakan fungsi utama sektor perbankan adalah bagaimana suatu bank bisa menghimpun serta menyalurkan dana tersebut kepada masyarakat (Hasibun, 2008). Timbulnya Bank Syari' ah, Bank Pembiayaan Rakyat Syari' ah (BPRS) serta Baitul Maal wat- Tamwil (BMT) menimbulkan pula produk- produk serta akad-akad yang berbagai macam dan penyesuaian dengan prinsip syari'ah. Akad-akad tersebut antara lain merupakan murabahah, mudharabah, musyarakah, salam, qardh, istishna', serta lain sebagainya. Akad- akad inilah yang nantinya akan menentukan kesepakatan yang dilakukan oleh bank serta nasabah-nasabahnya, akad-akad ini pula yang nantinya akan menjamin kelancaran transaksi-transaksi supaya sesuai yang di mau ke 2 belah pihak (Untung Hadi Widodo, 2005).

Sebagaimana dikenal banyak berkeyakinan produk dan jasa perbankan syariah memiliki keunggulan dibandingkan dengan sistem perbankan konvensional antara lain peniadaan pembebanan bunga, mencegah kegiatan spekulasi yang tidak produktif dan prinsip pembiayaan untuk usaha yang tidak halal. Perbankan syariah beroperasi berdasarkan prinsip bagi hasil yang memberikan alternatif saling menguntungkan bagi masyarakat dan bank, serta menonjolkan aspek keadilan dalam bertransaksi, investasi yang beretika, mengedepankan nilai-nilai kebersamaan dan persaudaraan dalam memproduksi dan menghindari kegiatan spekulatif transaksi keuangan.

Masih banyak masyarakat yang belum memahami betul tentang perbankan syariah, sehingga tidak heran jika banyak masyarakat menganggap bahwasanya bunga dan bagi hasil sama (Widodo, 2005). Hal tersebut karena minimnya pengetahuan masyarakat tentang prinsip yang diterapkan bank syariah. Sehingga tidak sedikit masyarakat di kabupaten Jombang yang tidak menghiraukan riba dan lebih memilih bank konvensional yang menerapkan sistem bunga dari pada perbankan syariah yang menggunakan prinsip bagi hasil.

Dengan perkembangan yang sangat pesat dari perbankan di Indonesia, namun perkembangan itu tidak diimbangi oleh kesejahteraan masyarakat, terutama masyarakat tergolong lemah. Untuk itu upaya dalam merangkul masyarakat yang tergolong lemah, pemerintah juga mengatur didirikannya lembaga keuangan yang kinerjanya lebih terpusat ada wilayah tertentu saja, misalnya di desa, di kecamatan, dan di kabupaten. Hal tersebut dengan tujuan agar semakin meratanya layanan jasa keuangan bagi masyarakat. Untuk itu dibentuk lembaga keuangan mikro yang berbasis syariah yaitu Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) yang memiliki tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi umat islam terutama kelompok-kelompok masyarakat ekonomi yang tergolong lemah (Burhanuddin, 2016).

Salah satu lembaga keuangan mikro yang berbasis syariah yang bertempat di kota Jombang yaitu PT. BPR Syariah Lantabur Tebuireng Jombang merupakan BPRS dengan predikat “sangat bagus” hal ini dibuktikan dengan penghargaan yang diberikan oleh majalah infobank kepada 63 BPRS yang berhasil meraih predikat “sangat bagus” hal ini dibuktikan dalam data infobank pada acara 7 tahun infobank sharia awards 2018. PT BPR Syariah Lantabur Tebuireng Jombang mendapatkan

predikat “sangat bagus” selama 7 tahun yaitu pada tahun 2011-2017 dalam riset yang dilakukan oleh Biro Riset Infobank, penilaian tersebut dihitung dari aspek keuangan saja kemudian angka tersebut diolah menurut bobot masing-masing. Berikut adalah laporan keuangan dari BPR Syariah Lantabur Tebuireng:

Tabel 1.1
Laporan Keuangan PT. BPR Syariah Lantabur Tebuireng

| Tahun | Modal | Pembiayaan | Pendapatan Operasional | Laba/Rugi Tahun Berjalan |
|----------------|--------------|-------------------|-------------------------------|---------------------------------|
| September 2011 | 2,894,367 | 1,006,988 | 3,189,906 | 777,652 |
| September 2012 | 3,997,936 | 1,441,544 | 4,396,667 | 1,138,658 |
| September 2013 | 5,580,594 | 1,936,304 | 6,092,895 | 1,553,023 |
| September 2014 | 6,586,132 | 2,125,581 | 7,073,469 | 1,980,130 |
| September 2015 | 7,825,081 | 2,746,223 | 8,662,885 | 2,371,681 |
| September 2016 | 9,023,558 | 2,871,804 | 10,219,333 | 2,863,834 |
| September 2017 | 10,969,674 | 2,805,765 | 11,781,416 | 3,722,719 |

Sumber: Laporan keuangan ojk pada tahun 2011-2017

Berdasarkan penjelasan diatas, penilaian pada BPR Syariah Lantabur Tebuireng Jombang telah mendapat predikat “sangat bagus” selama 7 tahun berdasarkan pada penelitian Biro Riset Infobank. Selain itu BPRS Lantabur Tebuireng juga merupakan deretan dari 63 BPRS di Indoneisa yang memperoleh penghargaan “*Infobank Sharia Awards 2018*” yang memiliki aset sebesar 250 Miliyar. PT. BPRS Lantabur Tebuireng Jombang juga merupakan salah satu lembaga keuangan yang mempraktikkan prinsip-prinsip syariah di Jombang. Selain itu, BPRS Lantabur Tebuireng Jombang juga menjalankan kerjasama dengan PT. POS

Indonesia untuk mempermudah nasabah dalam bertransaksi baik dalam membayar angsuran, mengirim uang, serta mengisi tabungan di kantor POS terdekat. Hal ini dikarenakan banyaknya kantor PT. POS di Indonesia, menjadi hal positif bagi BPRS untuk memudahkan bertransaksi. Lembaga ini pendiriannya diprakarsai oleh Pondok Pesantren Madrasatul Qur' an (PP MQ TBI) dengan tujuan untuk membangun perekonomian dan kemajuan ekonomi umat Islam pada umumnya.

Setiap lembaga keuangan perbankan syariah mempunyai bermacam-macam produk yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Salah satunya produk dari lembaga keuangan mikro syariah BPRS Lantabur Tebuireng, antara lain Tabungan Tadhabbur, Tabungan Qolam, Tabungan Taqarrub serta Tabungan Hijrah. Dalam sebagian produk yang ditawarkan di BPRS Lantabur Tebuireng, riset ini cuma fokus pada produk Tabungan Tadhabur (tabungan perorangan) yang memberikan dampak kemajuan pada BPRS Lantabur Tebuireng Jombang. Tabungan Tadhabur (perseorangan) di BPRS Lantabur Tebuireng Jombang adalah jenis tabungan perorangan dan lembaga dengan potensi bagi hasil yang kompetitif guna memenuhi kebutuhan dimasa yang akan datang dan bisa ditarik dan ditambah sewaktu ada batas waktu. Pada produk ini memiliki fasilitas yaitu mendapat buku tabungan, mendapat pelayanan prima, mendapat bagi hasil yang kompetitif, dana dan dijamin oleh Lembaga Penjamin Simpanan (LPS).

Dalam dunia usaha kegiatan promosi dicoba buat menunjang kegiatan pemasaran ataupun penjualan. Promosi ialah upaya buat memberitahukan maupun menawarkan sesuatu produk ataupun jasa dengan tujuan buat menarik calon konsumen buat membeli ataupun konsumsi. Begitu pula dalam dunia perbankan,

promosi bertujuan buat menarik para nasabah buat menabung di bank. Kegiatan promosi yang dicoba oleh lembaga keuangan syariah, tercantum kedalam kegiatan manajemen pemasaran bank yang harus dicoba seefektif dan seefisien bisa jadi sehingga tujuan bank dapat tercapai dengan baik. Dengan diadakannya kegiatan promosi bahan- bahan bank nasabah dapat mengidentifikasi apa saja yang diberikan serta disediakan oleh bank serta meningkatkan atensi warga buat menabung pada bank tersebut (Sarwita, 2017).

Parasuraman berpendapat bahwa kualitas pelayanan adalah komponen penilaian yang tidak memihak berdasarkan adil dan jujur dari bantuan yang layak, sementara Goetch berpendapat bahwa kualitas adalah kondisi unik yang diidentifikasi dengan item administrasi, individu, siklus dan wilayah yang memenuhi atau melampaui asumsi. Sejak tahun 1980-an, sifat administrasi atau administrasi telah diketahui berdampak manfaat dan dipandang sebagai sisi signifikan dari kontes. Dengan kualitas bantuan yang luar biasa, bisnis dapat mencapai produktivitas melalui komponen yang menciptakan kesepakatan kesekian, kritik verbal positif, dan keandalan klien.

Menurut Cahyani (2013) berawal dari kualitas pelayanan sehingga hendak berimbans pada atensi warga buat menabung di suatu lembaga keuangan atensi (interest) ditafsirkan selaku suasana seseorang dikala saat sebelum melakukan aktivitas yang dapat dijadikan bawah buat memprediksi perilaku ataupun aktivitas tersebut. Atensi menabung diasumsikan selaku atensi beli dan ialah perilaku yang mencuat sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan keinginan pelanggan buat melakukan studi. Atensi menabung seseorang yakni bagian dari motivasi

seorang motivasi menabung untuk Schiffman dan Kanuk dalam prasetijo dan J. O. I Ihalaaw, ialah dorongan dalam orang yang menimbulkan dia berperan. Mengenai yang sama diungkapkan oleh Rury yang telah melaksanakan studi tentang “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Merek Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Nasabah Produk Penghimpun Dana Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pekanbaru)” yang mengatakan, Kepercayaan ialah keyakinan yang mencuat serta harapan nasabah serta pengalaman yang sebelumnya telah dirasakan oleh nasabah. Apabila ekspektasi nasabah memberi tahu produk dan merek baik, sampai nasabah percaya kalau produk dan merek itu baik. Setelah itu ekspektasi dan kinerja jasa yang telah dirasakan oleh nasabah dibanding oleh nasabah sehingga menghasilkan tingkatan perasaan dari kepuasan nasabah. Kepercayaan merek merupakan keinginan pelanggan buat bersandar pada sesuatu merek dengan efek yang dirasakan karena ekspektasi terhadap merek itu hendak memunculkan hasil yang positif kebalikannya, kualitas pelayanan yakni ukuran selisih antara perbandingan antara harapan konsumen dengan pelayanan yang diberikan oleh industri, Karena konsumen merasakan langsung gimana pelayanan yang diberikan, sampai konsumen yang dapat mempehitungkan seberapa bagus mutu pelayanan yang diterima oleh nasabah inilah yang bakal dibanding dengan harapan nasabah yang bakal jadi tingkatan kepuasan nasabah(Almadea, 2017).

Keberadaan BPRS Lantabur Tebuireng Jombang ini tidak lepas dari ketatnya persaingan antar lembaga keuangan syariah sebagai penyedia modal usaha. Dalam menghadapi kondisi persaingan semakin hari semakin ketat ini, maka dapat dilakukan dengan cara menumbuhkan perubahan teknologi dan lainnya. Dengan

begitu perlu adanya strategi untuk mempertahankan nasabah yang sudah ada. Adapun hal dilakukan adalah dengan memberikan kualitas pelayanan yang baik kepada nasabah.

Kualitas pelayanan yang diberikan oleh suatu lembaga dapat dinilai dari beberapa indikator. Salah satu indikator adalah *tangible* atau bukti fisik, yang dimaksudkan adalah bagaimana keadaan dan fasilitas yang ada serta bagaimana para karyawan berpenampilan. Yang kedua indikator yang berpengaruh adalah *emphaty*, yang dimaksud seperti karyawan selalu memperhatikan dan memahami bagaimana keinginan seorang nasabah. Maksudnya dari melayani nasabah, karyawan tidak hanya bertanya apa keperluan nasabah itu tapi juga memberi solusi dan memberikan pemahaman dengan baik apabila nasabah tersebut mengalami kesulitan. Sikap perhatian akan masalah yang diberikan oleh karyawan pada nasabah ini dapat menjadi daya tarik agar nasabah terus datang kepada lembaga tersebut karena nasabah telah merasa nyaman dan diperhatikan akan kesulitannya.

BPR Syariah Lantabur Tebuireng Jombang merupakan salah satu lembaga keuangan yang dimanfaatkan oleh masyarakat untuk melakukan transaksi sesuai dengan syariah islam di Kabupaten Jombang terutama yang berada di kota Jombang. BPR Syariah Lantabur Tebuireng Jombang juga mengincar konsumen dengan segmen ekonomi menengah kebawah, adapun nasabah yang memanfaatkan produk dan layanan BPR Syariah Lantabur Tebuireng Jombang tergolong tidak sedikit, hal ini pula yang menjadikan BPR Syariah Lantabur Tebuireng Jombang masuk dalam 63 BPRS yang meraih infobank sharia awards 2018 berdasarkan aset yang dimilikinya.

Dalam penelitian ini lokasi yang dipilih untuk penelitian yaitu BPR Syariah Lantabur Tebuireng Jl. A. Yani Ruko Citra Niaga Blok E11, Jombang Kec. Jombang, Kab. Jombang dengan alasan karena lokasi BPRS Syariah Lantabur Tebuireng tersebut cukup strategis serta mudah dijangkau oleh nasabah, sehingga akan mempermudah peneliti untuk mengambil data-data yang diperlukan, kedua karena BPRS Lantabur Tebuireng merupakan salah satu lembaga keuangan islam di Jombang, Selain itu BPRS Lantabur Tebuireng Jombang ini termasuk bank syariah yang telah mengalami perkembangan dan juga telah mendapat penghargaan yang diberikan oleh majalah infobank kepada 63 BPRS yang berhasil meraih predikat “sangat bagus” hal ini dibuktikan dalam data infobank pada acara 7 tahun infobank sharia awards 2018.

Sedangkan alasan peneliti melakukan penelitian tentang promosi dan kualitas pelayanan terhadap minat menabung yang ada di BPRS Lantabur Tebuireng jombang ini karena promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya karena selain menginformasikan produk juga berfungsi untuk mengingatkan nasabah maupun calon nasabah akan produk yang ditawarkan. Selain promosi, fasilitas juga memberi andil dalam menarik calon nasabah menabung di bank. Kenyamanan kantor, kemudahan transaksi misalnya transfer antar bank, memudahkan menabung dan menarik manual, serta fasilitas pendukung lainnya. Faktor terpenting yang juga menarik minat menabung yakni kualitas pelayanan yang menyempurnakan atas fasilitas yang dimiliki oleh bank. Parasuraman menganggap bahwa nasabah selalu menilai layanan yang diterima dibandingkan dengan apa yang diharapkan atau yang diinginkan (Rachmat, 2009).

Terdapat beberapa penelitian yang membahas tentang variabel promosi yang mempengaruhi minat menabung. Menurut Mawardi (Mawardi, 2018) menyatakan bahwa promosi berpengaruh signifikan terhadap minat menabung masyarakat, semakin menarik iklan yang ditawarkan kepada masyarakat maka iklan akan mempengaruhi minat menabung masyarakat. Selanjutnya penelitian (Alhifni, 2017) didapatkan hasil yang sama bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung, hasil tersebut menunjukkan bahwa bank syariah perlu melakukan kegiatan promosi lebih banyak melalui media elektronik dan internet. Sedangkan dalam penelitian (Riyadi, 2020) didapatkan hasil temuan yang mengatakan bahwa hubungan promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menabung masyarakat.

Adapun penelitian yang dilakukan oleh Wahab (2015) didapatkan hasil bahwa kualitas pelayanan memiliki dampak positif dan signifikan terhadap minat menabung. Selanjutnya dalam penelitian lain (Sarwita, 2017) didapatkan hasil yang sama bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap menabung. Sedangkan dalam penelitian yang dilakukan (Hendrastyo, 2019) didapatkan hasil temuan yang mengatakan bahwa ada hubungan negatif antara kualitas pelayanan terhadap minat menabung.

Dari fenomena data tersebut, dapat ditarik simpulan bahwa tidak setiap kejadian empiris sesuai dengan teori yang ada. Hal ini diperkuat dengan adanya *research gap* dalam penelitian-penelitian terdahulu. Berbagai penelitian di atas menunjukkan adanya pengaruh yang berbeda dari variabel yang dipandang berpengaruh terhadap minat menabung. Hal ini yang membuat penulis melakukan penelitian yang

berjudul **“Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Masyarakat di BPR Syariah Lantabur Tebuireng Jombang”**.

1.2 RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang masalah yang dikemukakan diatas maka penulis dapat mengemukakan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah promosi berpengaruh terhadap minat menabung masyarakat di BPR Syariah Lantabur Tebuireng Jombang?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat menabung masyarakat di BPR Syariah Lantabur Tebuireng Jombang?
3. Apakah promosi dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat menabung masyarakat di BPR Syariah Lantabur Tebuireng Jombang?

1.3 TUJUAN PENELITIAN

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap minat menabung masyarakat di BPR Syariah Lantabur Tebuireng Jombang
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat menabung masyarakat di BPR Syariah Lantabur Tebuireng Jombang
3. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap minat menabung masyarakat di BPR Syariah Lantabur Tebuireng Jombang

1.4 MANFAAT PENELITIAN

Adapun manfaat penelitian ini adalah:

1. Kegunaan Ilmiah

Menambah masukan dan sebagai bahan referensi dalam memecahkan masalah yang berkaitan dengan penelitian ini.

2. Kegunaan Praktis

- Bagi akademis

Menambah hasanah pengetahuan dalam pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap minat menabung masyarakat di BPR Syariah Lantabur Tebuireng Jombang sebagai masukan pada penelitian dengan topik yang sama pada masa yang akan datang.

- Bagi pengguna jasa perbankan

Kepada pengguna jasa perbankan syariah sebagai bahan informasi dan untuk mengetahui pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap minat menabung masyarakat di BPR Syariah Lantabur Tebuireng Jombang.

- Masyarakat

Peneliti diharapkan dapat memberikan wawasan dan informasi ketika akan menabung di BPRS Lantabur Tebuireng Jombang. Sehingga masyarakat sudah memiliki gambaran tentang bagaimana kondisi perbankan yang berbasis syariah dapat memberikan keamanan penitipan dana serta memberikan keuntungan bagi mereka.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Kajian Pustaka

Dalam penelitian ini, selain membahas tentang teori-teori yang relevan dengan penelitian ini, dilakukan juga pengkajian terhadap hasil-hasil penelitian yang sudah pernah dilakukan para peneliti sebelumnya. Pengkajian atas hasil-hasil penelitian terdahulu akan sangat membantu peneliti-peneliti lainnya dalam menelaah suatu masalah yang akan dibahas dengan berbagai pendekatan spesifik, selain itu juga dengan mempelajari hasil-hasil penelitian terdahulu akan memberikan pemahaman komprehensif mengenai posisi peneliti.

1. Pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap keputusan nasabah menabung. H.ade sarwita. 2017.

Dalam penelitian yang dilakukan H.ade sarwita dengan judul “Pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap keputusan nasabah menabung”, Jenis penelitian ini adalah survey dengan metode analisis deskriptif verifikatif. Penelitian ini akan menguji apakah kualitas pelayanan dan promosi berpengaruh terhadap kepuasan nasabah menabung pada BPR Majalengka. Adapun populasi penelitian ini adalah nasabah pada Perumda BPR Majalengka dan sampel dalam penelitian ini sebanyak 99 orang pemilihan sampel dengan sampling jenuh atau sensus. Hasil riset ini menampilkan kalau mutu pelayanan serta promosi secara parsial mempengaruhi positif serta signifikan terhadap keputusan nasabah. Begitu

pula mutu pelayanan serta promosi secara simultan mempengaruhi positif serta signifikan terhadap kinerja keputusan nasabah buat menabung.

2. Pengaruh kualitas layanan, kepercayaan dan promosi terhadap minat nasabah menabung pada bank bri syariah cabang karang ulak kota padang. Nazaruddin Aziz, Vito Shiga Hendrastyo. 2019

Dalam penelitian yang dilakukan Nazaruddin Aziz, Vito Shiga Hendrastyo dengan judul “Pengaruh kualitas layanan, kepercayaan dan promosi terhadap minat nasabah menabung pada bank bri syariah cabang karang ulak kota padang”, Jenis penelitian ini adalah penelitian kausal, yaitu penelitian yang menjelaskan sebab akibat. Adapun sampel menggunakan rumus slovin diperoleh dari jumlah sampel yang akan dijadikan responden dalam penelitian ini sebanyak 100 orang dengan ketentuan nasabah yang akan menabung. Hasil penelitian ini pengaruh kualitas layanan terhadap minat nasabah dalam menabung tidak dapat signifikan dan positif yang mana nilai signifikansinya yaitu 0,000 (kecil dari $\alpha = 0,05$) ini menandakan hipotesis diterima.

3. Pengaruh promosi tabungan bank sumsel babel syariah terhadap minat menabung masyarakat kota Palembang, Mawardi. 2018

Dalam penelitian yang dilakukan Mawardi dengan judul “Pengaruh promosi tabungan bank sumsel babel syariah terhadap minat menabung masyarakat kota Palembang” Penelitian ini mengkaji hubungan antara kemajuan dan premi dalam menabung di bank Sumsel Babel Syariah. Contoh dalam penelitian ini menggunakan contoh acak dengan

menggunakan prosedur pengumpulan informasi pemeriksaan yang tidak teratur, maka pemeriksaan tersebut menggunakan 100 sampel yang ditujukan kepada beberapa orang. Dalam pemeriksaan ini memanfaatkan berbagai pemeriksaan relaps langsung. Konsekuensi dari pengujian tersebut mempengaruhi keuntungan individu dalam menabung, yang menyiratkan bahwa semakin menarik promosi yang ditawarkan kepada masyarakat umum, iklan akan mempengaruhi tabungan individu. Eksposur mempengaruhi premi masyarakat dalam menabung dengan hubungan bank dengan daerah setempat, itu tidak lain adalah dampak yang sama pada premi individu dalam menabung. Hasil penelitian pengaruh promosi terhadap minat menabung memiliki nilai t hitung $0,123 < 1,986$, dengan nilai signifikan $0,902 > 0,05$ yang berarti variabel promosi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung.

4. Pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap minat menabung masyarakat kelurahan siranindi di Bank Muamalat Indonesia Palu Sulawesi Tengah. Siti Aisya, Yohansyah Adiputra Riyadi. 2020

Dalam penelitian yang dilakukan Siti Aisya, Yohansyah Adiputra Riyadi dengan judul “Pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap minat menabung masyarakat kelurahan siranindi di Bank Muamalat Indonesia Palu Sulawesi Tengah” penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dan penarikan sampel dengan metode Slovin sebesar 98 dengan tingkat kesalahan 10%. Dari hasil penelitian variabel promosi secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menabung masyarakat,

sebaliknya kualitas layanan yang diberikan kepada masyarakat oleh BMI memberi pengaruh signifikan secara parsial.

5. Pengaruh media promosi perbankan terhadap minat menabung masyarakat di bank syariah. Daniel Ortega, Anas Alhifni, 2017

Dalam penelitian yang dilakukan Daniel Ortega, Anas Alhifni dengan judul “Pengaruh media promosi perbankan terhadap minat menabung masyarakat di bank syariah” penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif, yaitu penelitian yang dilakukan terhadap suatu fenomena atau populasi. Penelitian ini mengacu pada data-data berupa angket yang didapatkan dari pengolahan kuesioner sehingga dikategorikan dalam penelitian kuantitatif. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan terhadap masyarakat menunjukkan bahwa media promosi berpengaruh terhadap minat menabung masyarakat di bank syariah dengan beberapa kriteria. *Pertama*, promosi yang paling banyak memberikan dampak terhadap minat menabung masyarakat di bank syariah adalah media televisi dan internet. Hasil tersebut menunjukkan bahwa bank syariah perlu melakukan kegiatan promosi lebih banyak melalui kedua media tersebut.

6. *Factor of Public Interest to Islamic Banking Services*, Dr. Akhmad Mujahidin, H. 2017

Dalam penelitian yang dilakukan Dr. Akhmad Mujahidin, H dengan judul “*Factor of Public Interest to Islamic Banking Services*” penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang mana teknik pengambilan sampelnya menggunakan non probability sampling dengan convenience sampling.

Sampel yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah sebanyak 10% yaitu 226 orang kepala keluarga. Dari hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa faktor penentu minat masyarakat dalam penggunaan jasa perbankan syariah karena kepercayaan masyarakat yang tinggi terhadap perbankan syariah, dan mendapat layanan yang berkualitas sehingga masyarakat mendapat apa yang mereka inginkan, dan promosi yang baik dari perbankan syariah dalam memperkenalkan berbagai produk perbankan syariah yang menarik minat. Masyarakat akan memilih untuk menggunakan layanan perbankan yang berdekatan dengan rumahnya. Hal ini memberikan manfaat bagi masyarakat baik dari segi materi (biaya) non materi (waktu). Untuk mengetahui signifikansi dalam analisis disini menggunakan metode berdasarkan uji minat regresi dan uji F.

7. *UAE Islamic banking promotional strategies: an empirical review*, Abid Mahmood Muhammad, Mohamed Bilal Basha, Gail AlHafidh. 2019

Dalam penelitian yang dilakukan Abid Mahmood Muhammad, Mohamed Bilal Basha, Gail AlHafidh Dengan judul “*UAE Islamic banking promotional strategies: an empirical review*” Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sikap konsumen terhadap produk perbankan syariah sangat tinggi di pengaruhi oleh keterlibatan aktif perwakilan penjualan dan penggunaan media sosial dalam kegiatan promosi yang diterapkan oleh bank syariah yang berbasis di UEA. Ini menggambarkan confidence pelanggan dalam sikap positif terhadap faktor independen; perwakilan penjualan”. Pelanggan dapat mengklarifikasi semua masalah dan menyampaikan

kekhawatiran mereka dengan mudah saat bertemu dengan perwakilan penjualan di Bank. Oleh karena itu, perwakilan penjualan dengan pendekatan personal taatap muka memainkan peran penting dalam membentuk sikap nasabah terhadap perbaankan syariah.

8. *Migration (Hijra) to Islamic Bank based on push-pull-mooring theory: a services marketing mix perspektif*, Sri Rahayu Hjrah Hati dan Gita Gayatri, 2019

Dalam penelitian yang dilakukan Sri Rahayu Hjrah Hati dan Gita Gayatri dengan judul “*Migration (Hijra) to Islamic Bank based on push-pull-mooring theory: a services marketing mix perspektif*” penelitian ini menggunakan variabel PPM dari berbagai penelitian. Sampel yang digunakan sebanyak 30 responden awal yang pengukurannya tersebut sudah valid karena setiap variabel dikelompokkan menjadi satu komponen dalam analisis faktor. Berdasarkan hasil penelitian, semua variabel reliabel karena lengkap fi II kriteria minimum untuk Cronbach’s alha ari 0,7. Dari hasil penelitian ini menggunakan analisis model persamaan structural (SEM). Maksudnya dua model dianalisis dan dibandingkan dalam penelitian ini dngan tujuan untuk melihat apakah kedua kelompok tersebut akan memiliki persamaan atau perbedaan dalam beralih ke bank syariah di masa depan. Seperti sebagian responden berusia 21 tahun dan 30 than (801;68,4%). Untuk jenis kelamin sebagi besar berjenis kelamin perempuan (623; 53,2%) dll.

9. *Influence of Customer Satisfaction, Service Quality, and Trust on Customer in Malaysian Islamic Banking*, Zeyat M. EM. Kishada, Norailis Ab. Wahab, 2015

Dalam penelitian yang dilakukan Zeyat M. EM. Kishada, Norailis Ab. Wahab dengan judul “*Influence of Customer Satisfaction, Service Quality, and Trust on Customer in Malaysian Islamic Banking*” sampel penelitian ini dari nasabah bank syariah di Malaysia dengan menggunakan metode pengambilan sampel non-probabilitas karena lebih efisiensi, metode ini juga menghasilkan informasi yang sangat berguna tentang populasi (Earl:2013). Aturan yang dirumuskan oleh sekaran (2000) diadopsi untuk menemukan ukuran sampel, dimana jumlah variabelnya dikalikan 10. Penelitian ini terdiri dari empat variabel, oleh karena itu ukuran sampel minimalnya 40 menurut aturan ini. Dari hasil penelitian ini pengaruh kepuasan pelanggan, kualitas layanan, dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan pada perbankan syariah Malaysia ditentukan dengan menguji hubungan antar loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan, kualitas layanan pelanggan, dan kepercayaan pelanggan. Hasil regresi berganda menunjukkan bahwa hanya kepuasan yang sepenuhnya berhubungan dengan loyalitas pelanggan. Kepuasan menunjukkan pengaruh positif yang signifikan terhadap loyalitas.

10. *Impact of Service Quality on Customer Satisfaction in Private and Public Sector Banks*, Justin Paul Arun Mittal Garima Srivastav, 2016

Dalam penelitian yang dilakukan Justin Paul Arun Mittal Garima Srivastav dengan judul “*Impact of Service Quality on Customer Satisfaction in Private and Public Sector Banks*” penelitian ini bersifat eksploratif. Metode survey yang digunakan untuk mengumpulkan data primer dan sekunder. Sampel yang digunakan 50 responden. Dari hasil penelitian ini tingkat kepuasan keseluruhan adalah variabel dependen, dan dua belas independen variabel digunakan dalam regresi adalah bertahap maju. kedua belas variabel itu mengantri waktu, senang membantu, ketersediaan tempat, lokasi ATM, penampilan, penanganan, keluhan, tindak lanjut, layanan cepat, merespon kebutuhan, pengetahuan tentang produk, memecahkan pertanyaan, koneksi cepat kepada orang yang tepat. Jumlah variabel tadi dikurang 26 menjadi 12 untuk mengatasi masalah multikolinearitas presisi. R^2 nilai bank swasta adalah 0,887, dan 0,521 untuk bank sector publik.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

| No | Nama, Judul dan Tahun | Variabel yang diteliti | Metode Penelitian | Hasil penelitian |
|----|--------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1 | H.ade sarwita, Pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap keputusan nasabah menabung, 2017 | <ul style="list-style-type: none"> ○ Variabel Independen Kualitas Pelayanan (X1), Promosi (X2) ○ Variabel Dependen Keputusan Nasabah (Y) | Jenis penelitian ini adalah survey dengan metode analisis deskriptif verifikatif. Sampel pada penelitian ini sebanyak 99 orang. Sampel menggunakan teknik sampel jenuh (sensus). | Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan promosi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah. Begitu pula kualitas pelayanan dan promosi secara |

| | | | | |
|---|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | | | simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keputusan nasabah untuk menabung. |
| 2 | Nazaruddin Aziz, Vito Shiga Hendrastyo, Pengaruh kualitas layanan, kepercayaan dan promosi terhadap minat nasabah menabung pada bank bri syariah cabang karang ulak kota padang, 2019 | <ul style="list-style-type: none"> ○ Variabel Independen Kualitas Layanan (X1), Kepercayaan dan Promosi (X2) ○ Variabel Dependen Minat Menabung Nasabah (Y) | Jenis penelitian ini adalah penelitian kausal, yaitu penelitian yang menjelaskan sebab akibat. Sampel yang digunakan menggunakan rumus slovin diperoleh dengan jumlah sampel 100 orang. | Hasil penelitian ini pengaruh kualitas layanan terhadap minat nasabah dalam menabung tidak dapat signifikan dan positif yang mana nilai signifikansinya yaitu 0,000 (kecil dari $\alpha = 0,05$) ini menandakan hipotesis diterima. |
| 3 | Mawardi, Pengaruh promosi tabungan bank sumsel babel syariah terhadap minat menabung masyarakat kota Palembang, 2018 | <ul style="list-style-type: none"> ○ Variabel Independen Promosi (X) ○ Variabel Dependen Minat menabung (Y) | Penelitian ini mengkaji hubungan antara promosi terhadap minat menabung, data yang digunakan adalah data primer dengan cara observasi langsung dilapangan dengan bantuan kuesioner. Sampel yang digunakan 100 sampel. | Hasil penelitian pengaruh promosi terhadap minat menabung memiliki nilai t hitung $0,123 < 1,986$, dengan nilai signifikan $0,902 > 0,05$ yang berarti variabel promosi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung. |

| | | | | |
|---|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 4 | Siti Aisyah, Yohansyah Adiputra Riyadi, Pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap minat menabung masyarakat kelurahan siranindi di Bank Muamalat Indonesia Palu Sulawesi Tengah, 2020 | <ul style="list-style-type: none"> ○ Variabel Independen Promosi (X1), Kualitas Layanan (X2) ○ Variabel Dependen Menabung (Y) | Penelitian ini bersifat kuantitatif. Dan sampel dengan metode slovin sebesar 98 sampel dengan tingkat kesalahan 10%. | Dari hasil penelitian variabel promosi secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menabung masyarakat, sebaliknya kualitas layanan yang diberikan kepada masyarakat oleh BMI memberi pengaruh signifikan secara parsial. |
| 5 | Daniel Ortega, Anas Alhifni, Pengaruh media promosi perbankan terhadap minat menabung masyarakat di bank syariah, 2017 | <ul style="list-style-type: none"> ○ Variabel Independen Media Promosi Koran (X1), Media Promosi Televisi (X2), Media promosi Internet (X3) ○ Variabel Dependen Minat Menabung Nasabah | Penelitian ini menggunakan deskriptif kuantitatif merupakan penelitian yang menggambarkan atau menguraikan suatu keadaan atau kejadian sejelas mungkin dengan cara menggunakan kuesioner. Penelitian ini mengacu pada data berupa angka-angka yang didapatkan dari pengolahan kuesioner. | Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan terhadap masyarakat menunjukkan bahwa media promosi berpengaruh terhadap minat menabung masyarakat di bank syariah dengan beberapa kriteria. <i>Pertama</i> , promosi yang paling banyak memberikan dampak terhadap minat menabung masyarakat di bank syariah adalah media televisi dan internet. Hasil tersebut |

| | | | | |
|---|---------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | | | menunjukkan bahwa bank syariah perlu melakukan kegiatan promosi lebih banyak melalui kedua media tersebut. |
| 6 | Dr. Akhmad Mujahidin H, <i>Factor of Public Interest to Islamic Banking Services</i> , 2017 | <ul style="list-style-type: none"> ○ Variabel Independen Public Interest (X) ○ Variabel Dependen Islamic Banking Services (Y) | Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Dengan penggunaan teknik pengambilan sampel non probability sampling dengan convenience sampling. Sampel yang digunakan sebanyak 10% yaitu 226 sampel kepala keluarga. | Dari hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa faktor penentu minat masyarakat dalam penggunaan jasa perbankan syariah karena kepercayaan masyarakat yang tinggi terhadap perbankan syariah, dan mendapat layanan yang berkualitas sehingga masyarakat mendapat apa yang mereka inginkan, dan promosi yang baik dari perbankan syariah dalam memperkenalkan berbagai produk perbankan syariah yang menarik minat. Masyarakat akan memilih untuk menggunakan layanan perbankan yang |

| | | | | |
|---|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | | | berdekatan dengan rumahnya. Hal ini memberikan manfaat bagi masyarakat baik dari segi materi (biaya) non materi (waktu). Untuk mengetahui signifikansi dalam analisis disini menggunakan metode berdasarkan uji minat regresi dan uji F. |
| 7 | Abid Mahmood Muhammad, Mohamed Bilal Basha, Gail AlHafidh, <i>UAE Islamic banking promotional strategies: an empirical review, 2019</i> | <ul style="list-style-type: none"> ○ Variabel Independen Promotional Strategies (X) ○ Variabel Dependen Islamic Banking (Y) | Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dimana populasi penelitian ini adalah pelanggan dari fi lima bank syariah utama yang berbasis di UEA. Unit pengambilan sampel terdiri dari pelanggan yang tinggal di tiga emirat utama UEA; Abu Dhabi, Dubai dan Sharjah. Sampel yang ditargetkan 250 responden dan 205 kuesioner diisi. | Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sikap konsumen terhadap produk perbankan syariah sangat tinggi di pengaruhi oleh keterlibatan aktif perwakilan penjualan dan penggunaan media sosial dalam kegiatan promosi yang diterapkan oleh bank syariah yang berbasis di UEA. Ini menggambarkan confidence pelanggan dalam sikap positif terhadap faktor independen; perwakilan |

| | | | | |
|---|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | | | penjualan”. Pelanggan dapat mengklarifikasi semua masalah dan menyampaikan kekhawatiran mereka dengan mudah saat bertemu dengan perwakilan penjualan di Bank. Oleh karena itu, perwakilan penjualan dengan pendekatan personal taatap muka memainkan peran penting dalam membentuk sikap nasabah terhadap perbankan syariah. |
| 8 | Sri Rahayu Hjrah Hati dan Gita Gayatri, <i>Migration (Hijra) to Islamic Bank based on push-pull-mooring theory: a services marketing mix perspektif</i> , 2019 | <ul style="list-style-type: none"> ○ Variabel Independen Hijra (X) ○ Variabel Dependen Services Marketing mix Perspektif (Y) | Penelitian ini menggunakan desain penelitian eksplanatori. Data dikumpulkan melalui survei online dari 1.171 peserta muslim. | Dari hasil penelitian ini menggunakan analisis model persamaan structural (SEM). Maksudnya dua model dianalisis dan dibandingkan dalam penelitian ini dengan tujuan untuk melihat apakah kedua kelompok tersebut akan memiliki |

| | | | | |
|---|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | | | <p>persamaan atau perbedaan dalam beralih ke bank syariah di masa depan. Seperti sebagian responden berusia 21 tahun dan 30 tahun (801;68,4%). Untuk jenis kelamin sebagai besar berjenis kelamin perempuan (623; 53,2%) dll.</p> |
| 9 | <p>Zeyat M. EM. Kishada, Norailis Ab. Wahab, <i>Influence of Customer Satisfaction, Service Quality, and Trust on Customer in Malaysian Islamic Banking, 2015</i></p> | <ul style="list-style-type: none"> ○ Variabel Independen Customer Satisfaction (X1) Service Quality (X2) Trust (X3) ○ Variabel Dependen Customer Loyalty (Y) | <p>Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dimana populasi penelitian ini nasabah perbankan syariah di Malaysia. Sampel penelitian terdiri dari nasabah bank syariah di Malaysia. Metode pengambilan sampel non probabilitas. Penelitian ini terdiri dari empat variabel sehingga sampel yang dibutuhkan minimal 40 menurut aturan (Earl, 2013)</p> | <p>Dari hasil penelitian ini pengaruh kepuasan pelanggan, kualitas layanan, dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan pada perbankan syariah Malaysia ditentukan dengan menguji hubungan antar loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan, kualitas layanan pelanggan, dan kepercayaan pelanggan. Hasil regresi berganda menunjukkan bahwa hanya kepuasan yang sepenuhnya berhubungan dengan loyalitas</p> |

| | | | | |
|----|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | | | pelanggan. Kepuasan menunjukkan pengaruh positif yang signifikan terhadap loyalitas. |
| 10 | Justin Paul Arun Mittal Garima Srivastav, <i>Impact of Service Quality on Customer Satisfaction in Private and Public Sector Banks, 2016</i> | <ul style="list-style-type: none"> ○ Variabel Independen Service Quality (X) ○ Variabel Dependen Customer Satisfaction (Y) | penelitian ini bersifat eksploratif. Metode survei digunakan untuk mengumpulkan data primer. Sampel yang digunakan 400 untuk tempat populasi diatas 1,00,000 (Israel, 1992). | Dari hasil penelitian ini tingkat kepuasan keseluruhan adalah variabel dependen, dan dua belas independen variabel digunakan dalam regresi adalah bertahap maju. kedua belas variabel itu mengantri waktu, senang membantu, ketersediaan tempat, lokasi ATM, penampilan, penanganan, keluhan, tindak lanjut, layanan cepat, merespon kebutuhan, pengetahuan tentang produk, memecahkan pertanyaan, koneksi cepat kepada orang yang tepat. Jumlah variabel tadi dikurang 26 menjadi 12 untuk mengatasi masalah multikolinearitas |

| | | | | |
|--|--|--|--|---------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | | | presisi. R ² nilai bank swasta adalah 0,887, dan 0,521 untuk bank sektor publik. |
|--|--|--|--|---------------------------------------------------------------------------------------------|

2.2 Kajian Teori

2.2.1 Promosi

2.2.1.1 Pengertian promosi

Menurut Kasmir (2014:198) Promosi merupakan kegiatan marketing mix dalam kegiatan ini setiap perusahaan berusaha mempromosikan seluruh produk jasa yang dimilikinya, baik secara langsung maupun tidak langsung. Kegiatan ini merupakan kegiatan yang sama pentingnya dengan ketiga kegiatan yang baik, produk, harga dan lokasi. Dalam kegiatan ini setiap bank berusaha untuk mempromosikan seluruh jasa yang dimilikinya baik secara langsung maupun tidak langsung. Tanpa promosi nasabah tidak dapat mengenal produk bank. Oleh karena itu, promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya.

Sedangkan menurut Abdul (2016:301) promosi merupakan suatu produk bagaimana bermanfaat bagi konsumen. Oleh karena itu perusahaan harus melakukan cara agar konsumen dapat mengetahui produk perusahaan tersebut. Serta berusaha mempengaruhi konsumen untuk dapat menciptakan permintaan atas produk tersebut, kemudian dipelihara dan dikembangkan. Usaha tersebut dapat dilakukan dengan

melakukan rangkaian kegiatan promosi sebagai salah satu sarana acuan pemasaran.

Menurut Wahjono (2010:134) Promosi adalah kegiatan memberitahukan dan mengomunikasikan kepada nasabah tentang keberadaan produk, kemanfaatan, keunggulan, fitur-fitur yang dimiliki bank yang membujuk nasabah agar menabung. Dari definisi diatas maka dapat disimpulkan bahwa promosi merupakan alat komunikasi yang digunakan produsen kepada masyarakat dan sekaligus untuk meningkatkan produk dan berusaha untuk mempengaruhi keputusan nasabah untuk memilih produk-produk yang ditawarkan bank.

Tujuan kegiatan promosi adalah memberitahukan dan mengomunikasikan kepada masyarakat tentang keberadaan produk, tentang kemanfaatan, tentang harga, dimana dan cara memperolehnya. Oleh karena itu, bank harus memilih cara yang efektif untuk bisa menyampaikan berita kepada masyarakat secara efektif.

Menurut Sudaryono (2016:135) Peran promosi dilakukan untuk berkomunikasi dan mempengaruhi calon nasabah agar menerima produk-produk yang dihasilkan perusahaan. Promosi pada hakikatnya merupakan seni untuk merayu pelanggan dan calon nasabah untuk membeli lebih banyak produk perusahaan. Promosi merupakan suatu usaha dari pemasar dalam menginformasikan dan mempengaruhi orang atau pihak lain sehingga tertarik untuk melakukan transaksi atau pertukaran produk barang atau jasa yang dipasarkan.

Adapun beberapa bentuk bentuk promosi terdiri dari:

1. Iklan yaitu semua bentuk terbayar dari presentase non personal dan promosi ide, barang atau jasa melalui sponsor yang jelas. Bentuk iklan adalah iklan cetak dan tayangan, browsur dan selebaran.
2. Promosi penjualan adalah berbagai insentif jangka pendek untuk mendorong percobaan atau pembelian produk jasa. Bentuk promosi penjualan adalah kontes, permainan undian dan hadiah.
3. Pemasaran interaktif adalah kegiatan program online yang dirancang untuk melibatkan pelanggan atau prospek dan secara langsung atau tidak langsung meningkatkan kesadaran, memperbaiki citra atau menciptakan penjualan produk dan jasa.
4. Hubungan masyarakat dan publisitas yaitu beragam program yang dirancang untuk mempromosikan atau melindungi citra perusahaan atau produk individunya. Bentuk hubungan masyarakat dan publisitas adalah peralatan media, pidato, seminar, laporan tahunan, donasi amal, dan publikasi, hubungan komunikasi, media identitas, majalah perusahaan.
5. Pemasaran langsung yaitu penggunaan surat, *faxsimile e-mail* ataupun internet untuk berkomunikasi secara langsung dengan meminta respon atau dialog dari pelanggan dan prospek tertentu.
6. Pemasaran dari mulut ke mulut yaitu komunikasi lisan tertulis dan elektronik antar masyarakat yang berhubungan dengan keunggulan atau pengalaman membeli atau menggunakan produk atau jasa.

7. Penjualan personal adalah interaksi tatap muka dengan salah satu pembeli atau lebih prospektif untuk melakukan tujuan presentase menjawab pertanyaan dan mengandakan pesanan, bentuk penjualan personal adalah presentase penjualan, rapat penjualan, program insentif sampel, bazar dan pameran dagang.

Menurut Niken Tri (2010:38) tujuan promosi itu adalah:

- a. Menginformasikan barang dan jasa.

Promosi yang baik berisi mengenai informasi barang atau jasa yang dijual secara padat namun detil serta jelas.

- b. Menarik konsumen untuk melakukan pembelian.

Promosi harus dibuat menarik dan unik agar bisa menumbuhkan rasa penasaran konsumen sehingga tertarik untuk melakukan pembelian.

- c. Mendorong konsumen untuk melakukan pembelian ulang.

Supaya konsumen menjadi loyal dan tertarik melakukan pembelian ulang maka harus dilakukan promosi yang berkesinambungan misalnya dengan cara pemberian kupon berhadiah.

Sedangkan Promosi Berdasarkan Perspektif Islam menurut Al Arif (2012:15) merupakan suatu komponen yang dipakai untuk memberitahukan dan mempengaruhi pasar bagi produk perusahaan, sehingga pasar dapat mengetahui tentang suatu produk yang diproduksi oleh perusahaan tersebut. Adapun kegiatan yang termasuk dalam aktivitas promosi adalah periklanan, personal selling, promosi penjualan dan publisitas.

Dengan promosi pada dasarnya diharapkan dapat membuat permintaan menjadi in elastis pada saat harga naik dan membuat elastis pada saat harga turun. Dalam Q.S Ali-Imran: 77, Allah berfirman:

إِنَّ الَّذِينَ يَشْتَرُونَ بِعَهْدِ اللَّهِ وَأَيْمَانِهِمْ ثَمَنًا قَلِيلًا أُولَٰئِكَ لَا خَلَاقَ لَهُمْ
فِي الْأَجْرَةِ وَلَا يَكَلِّمُهُمُ اللَّهُ وَلَا يَنْظُرُ إِلَيْهِمْ يَوْمَ الْقِيَامَةِ وَلَا يُزَكِّيهِمْ
وَلَهُمْ عَذَابٌ أَلِيمٌ - ٧٧

Artinya:

Sesungguhnya orang-orang yang memperjualbelikan janji Allah dan sumpah-sumpah mereka dengan harga murah, mereka itu tidak memperoleh bagian di akhirat, Allah tidak akan menyapa mereka, tidak akan memperhatikan mereka pada hari Kiamat, dan tidak akan menyucikan mereka. Bagi mereka azab yang pedih. (QS Ali-Imran:77)

Ayat ini diturunkan berkaitan dengan orang yang menyamarkan kondisi nyata dari barang dagangan dipasar, sedangkan dia bersumpah kepada Allah bahwasanya barang tersebut adalah barang kualitas terbaik, dengan tujuan ada orang tertipu yang disebabkan sumpah palsu dari penjual tersebut. Ini menunjukkan diharamkannya seseorang yang melakukan sumpah dusta agar dagangannya laris dan dibeli orang lain.

2.2.2 Kualitas Pelayanan

2.2.2.1 Pengertian Kualitas

Menurut Tjiptono (2012:78) adalah upaya untuk memenuhi kebutuhan yang disertai dengan keinginan konsumen, serta ketepatan cara penyampaiannya supaya dapat memenuhi kualitas pelayanan yang diharapkan. Dalam rangka menciptakan kepuasan pelanggan, produk yang ditawarkan perusahaan harus berkualitas. Istilah kualitas sendiri mempunyai berbagai macam penafsiran, karena kualitas memiliki

sejumlah level universal (sama dimanapun), sosial (bentuk oleh kelas sosial, ekonomi, kelompok, etnis, keluarga, teman, sepergaulan), dan personal (tergantung preferensi atau selera tiap individu. Secara sederhana kualitas dapat diartikan sebagai produk yang bebas cacat. Dengan kata lain produk sesuai dengan standar (target sasaran atau persyaratan yang bisa didefinisikan, diobservasi dan diukur). Namun, definisi manufaktur ini kurang relevan untuk sector jasa. Oleh sebab itu, pemahaman kualitas kemudian diperluas menjadi “*fitness for us*” dan “*conformance to requirement*”. Kualitas ini mencerminkan semua dimensi penawaran produk yang menghasilkan manfaat (benefits) bagi pelanggan.

Kualitas sebagai yang telah diinterpretasikan oleh ISO 9000 merupakan perpaduan antara sifat dan karakteristik yang menentukan sejauh mana keluaran dapat memenuhi persyaratan kebutuhan pelanggan, pelanggan yang menentukan dan menilai sampai seberapa jauh sifat dan karakteristik itu memenuhi kebutuhannya.

2.2.2.2 Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut Diana (2015:124) kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Kualitas adalah keseluruhan ciri-ciri dan karakteristik-karakteristik dari suatu produk atau jasa dalam hal kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan. Sedangkan pada dasarnya pelayanan adalah suatu yang tidak berwujud tetapi dapat memenuhi kebutuhan pelanggan atau masyarakat.

Menurut Eka (2012:19) kualitas jasa adalah semacam tingkat kemampuan suatu jasa dengan segala atributnya yang secara riil disajikan dengan sesuai harapan konsumen. Sedangkan menurut Lovelock, pengertian kualitas jasa adalah evaluasi kognitif jangka panjang pelanggan terhadap penyerahan jasa suatu perusahaan.

Menurut Kolter dkk (2007:180) kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Menurut *American Society for Quality Control* kualitas jasa adalah keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat.

Sedangkan menurut Kasmir (2004:22) beberapa pengertian yang terkait dengan kualitas jasa pelayanan yaitu:

1. *Excellent*: standar kinerja yang diperoleh.
2. *Customer*: perorangan, kelompok, departemen, atau perusahaan yang menerima, membayar out put pelayanan (jasa atau sistem)
3. *Service*: kegiatan utama atau pelengkap yang tidak secara langsung terlibat dalam proses pembuatan produk tetapi lebih menentukan pada pelayanan transaksi antara pembeli dan penjual.
4. *Quality*: sesuatu yang secara khusus dapat diraba atau tidak dapat diraba dari sifat yang dimiliki produk atau jasa.

5. *Consistens*: tidak memiliki variasi dan semua pelayanan berjalan dengan sesuai dengan standar yang diterapkan.
6. *Levels*: suatu pernyataan atau sistem yang digunakan untuk memonitor dan mengevaluasi.
7. *Delivery*: memberikan pelayanan yang benar dengan cara dan waktu yang tepat.

Berdasarkan beberapa pengertian diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu kondisi yang berhubungan dengan produk dan jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatannya untuk mengimbangi harapan pelanggan.

Menurut Kasmir (2005:33) Ciri pelayanan yang baik:

Setiap bank ingin menjadi yang terbaik oleh para nasabah karena dengan begitu mereka bisa menjadi nasabah yang setia. Pelayanan yang baik juga harus dipenuhi agar keinginan nasabah bisa dilaksanakan secara maksimal. Adapun beberapa ciri-ciri yang baik yang diberikan oleh karyawan, adalah:

1. Tersedia sarana yang baik

Untuk melayani nasabah ada satu hal yang sangat penting dan harus diperhatikan adalah dengan adanya sarana dan prasaranan yang memadai yang disediakan oleh bank, misalnya adanya kursi diruang tunggu yang cukup nyaman, menyediakan tempat sampah, dan

sebagainya sehingga para nasabah akan merasa betah dan dapat merasa nyaman saat berada di dalam ruangan.

2. Tersedia karyawan yang baik

Selain sarana dan prasarana yang harus memadai, karyawan juga bisa menjadi salah satu hal yang tak luput menjadi perhatian disuatu bank atau perusahaan. Karyawan yang ada harus sopan, ramah, dan juga baik sehingga nasabah betah dan mau bertransaksi kembali. Karyawan juga harus mampu memikat hati nasabah melalui tutur kata yang sopan dan santun sehingga nasabah akan tertarik, dan tak lupa karyawan juga harus ulet dan cekatan dalam melayani kebutuhan nasabahnya.

3. Bertanggung jawab kepada nasabah

Dalam melayani nasabah, karyawan harus dapat melayani dari awal sampai permasalahan tuntas. Nasabah akan merasa puas dalam bertransaksi apabila karyawan dapat menyelesaikan pelayanan yang diberikan dari awal sampai akhir. Dan apabila terjadi satu masalah, karyawan diharapkan mampu menangani masalah tersebut sampai selesai.

4. Mampu melayani dengan cepat dan tepat

Pelayanan yang diberikan oleh karyawan harus sesuai dengan prosedur yang sudah ada. Maksud dari cara melayani dengan cepat dan tepat adalah dalam memberikan pelayanan karyawan harus memiliki standar waktu normalnya sendiri. Karena apabila dalam

memberikan pelayanan terlalu berbelit-belit dan lama, maka nasabah juga akan merasa bosan dan malas untuk melakukan transaksi kembali.

5. Mampu berkomunikasi

Karyawan diharapkan bisa berbicara dan berkomunikasi yang baik dengan nasabah. Karyawan harus dapat memahami dengan cepat dan tepat apapun keluhan dan keinginan nasabah. Komunikasi yang baik antar karyawan atau nasabah ini juga akan menimbulkan perasaan yang aman dan tenang, dan nasabah jadi tidak segan untuk mengemukakan masalahnya dihadapan karyawan dan juga dengan karyawan bisa menjelaskan solusi permasalahan tersebut dengan baik kepada nasabah.

6. Memberikan jaminan kerahasiaan nasabah

Karyawan harus dapat menjaga kerahasiaan data nasabahnya dari siapapun karena dengan begitu ia juga sudah menjaga kerahasiaan bank tempatnya bekerja. Karena dengan menjaga kerahasiaan nasabah ini bisa menjadi ukuran sejauh mana perusahaan tersebut dapat dipercaya.

7. Memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik

Karyawan harus memiliki pengetahuan dan kemampuan sesuai dengan bidangnya. Hal ini karena karyawan akan menemui nasabah dengan tingkah laku yang berbeda-beda. Oleh karena itu dengan pengetahuan dan kemampuan yang baik, diharapkan para karyawan

dapat cepat untuk beradaptasi dengan para nasabah dan melakukan proses pekerjaan yang cepat.

8. Berusaha memahami kebutuhan nasabah

Karyawan harus cepat tanggap terhadap apa yang diinginkan oleh nasabah. Karena apabila karyawan yang terlalu lama dalam merespon kebutuhan nasabah, akan cenderung ditinggalkan karena dirasa tidak cekatan oleh nasabah.

9. Mampu memberikan kepercayaan kepada nasabah

Kepercayaan calon nasabah kepada bank multlak sangat diperlukan sehingga calon nasabah mau menjadi nasabah bank yang bersangkutan. Disisi lain perusahaan juga harus tetap bisa mempertahankan kepercayaan nasabah lama agar nantinya tidak meninggalkan perusahaan atau bank tersebut.

2.2.2.3 Dimensi Kualitas Pelayanan

Pada penelitian parasuraman tahun 1988 dalam Tjiptono (2012:78) menyempurnakan dan merangkum sepuluh dimensi tersebut menjadi lima dimensi kualitas jasa.

Dengan demikian, terdapat lima dimensi utama kualitas jasa, diantaranya:

1. Bukti langsung (*tangibles*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi.
2. Keandalan (*reliability*), yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera dan memuaskan.

3. Daya tanggap (*responseveness*), yaitu keinginan para staf untuk membantu pelanggan dengan tanggap.
4. Jaminan (*assurance*), yakni mencakup kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, risiko dan keragu-raguan.
5. Empati (*emphaty*), meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik dan memahami kebutuhan para pelanggan.

Sedangkan Kualitas Pelayanan Menurut Tanjung (2003:63) dalam Perspektif Islam merupakan bagian dari suatu tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan. Memberikan pelayanan terbaik kepada umat manusia adalah pekerjaan yang sangat mulia dan merupakan pintu kebaikan bagi siapa saja yang mau melakukannya. Dalam Q.S Al-Maidah: 2, Allah berfirman:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَحْلُوا شَعَائِرَ اللَّهِ وَلَا الشَّهْرَ الْحَرَامَ وَلَا الْهَدْيَ
وَلَا الْقُلَابِدَ وَلَا أَمِينَ الْبَيْتِ الْحَرَامِ يَبْتَغُونَ فَضْلًا مِّن رَّبِّهِمْ وَرِضْوَانًا وَإِذَا
حَلَلْتُمْ فَاصْطَادُوا وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَا نُ قَوْمٍ أَن صَدُّوكُمْ عَنِ الْمَسْجِدِ الْحَرَامِ
أَن تَعْتَدُوا وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا
اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ - ٢

Artinya:

Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu melanggar syiar-syiar kesucian Allah, dan jangan (melanggar kehormatan) bulan-bulan haram,

jangan (menggangu) hadyu (hewan-hewan kurban) dan qala'id (hewan-hewan kurban yang diberi tanda), dan jangan (pula) menggangu orang-orang yang mengunjungi Baitulharam; mereka mencari karunia dan keridaan Tuhannya. Tetapi apabila kamu telah menyelesaikan ihram, maka bolehlah kamu berburu. Jangan sampai kebencian(mu) kepada suatu kaum karena mereka menghalang-halangi dari Masjidilharam, mendorongmu berbuat melampaui batas (kepada mereka). Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan permusuhan. Bertakwalah kepada Allah, sungguh, Allah sangat berat siksaan-Nya. (QS Al-Maidah: 2).

2.2.3 Minat

2.2.3.1 Pengertian Minat

Minat dalam kamus besar Bahasa Indonesia diartikan sebagai sebuah kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu gairah atau keinginan (Anton dkk, 1999).

Sedangkan Menurut Hilgard, adalah kecenderungan yang tetap untuk memperhatikan dan mengenang beberapa kegiatan, dengan demikian minat dapat dilihat dari aspek, perhatian, kesenangan, kegembiraan, dan kepuasan sebagai stimulasi dari tindakan dan perbuatan seseorang.

Menurut Sunendar (2011:113), minat adalah perpaduan antara keinginan dan kemampuan yang dapat berkembang. Minat merupakan salah satu faktor yang cukup penting dalam mempengaruhi preferensi nasabah dalam menabung. Terdapat tiga batasan minat yakni pertama, suatu sifat yang dapat mengikat perhatian seseorang kearah objek tertentu secara selektif. Kedua, suatu perasaan bahwa aktivitas dan kegembiraan terhadap objek tertentu sangat berharga bagi individu. Yang ketiga sebagai bagian dari motivasi atau kesiapan yang membawa tingkah laku kesuatu arah atau tujuan tertentu.

Minat juga dapat dipengaruhi oleh diri sendiri dan dari luar lingkungan. Dengan kenyataannya, faktor yang paling dominan berpengaruh bagi nasabah adalah faktor lingkungan. Dalam hal ini dipertegas dengan pendapat Bloom bahwa minat seseorang dapat dipengaruhi oleh lingkungan. Dalam pendapatnya Blom mengatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi minat diantaranya pekerjaan, sosial ekonomi, bakat, jenis kelamin, pengalaman, kepribadian dan faktor lingkungan. Faktor-faktor ini yang saling berinteraksi dan saling mempengaruhi dengan pengaruh yang tidak sama.

2.2.3.2 Karakteristik Minat

Ada beberapa macam karakteristik minat, antara lain:

- a. Minat menimbulkan sifat positif terhadap suatu objek
- b. Adanya sesuatu yang menyenangkan yang timbul dari sesuatu objek.
- c. Mengandung suatu penghargaan menimbulkan keinginan untuk mendapatkan sesuatu yang menjadi minatnya.

2.2.4 Menabung

2.2.4.1 Pengertian Menabung

Menurut Umam (2016:19) Menabung adalah tindakan yang dianjurkan oleh Islam, karena dengan menabung berarti seorang muslim mempersiapkan diri untuk pelaksanaan masa yang akan datang sekaligus untuk menghadapi hal-hal yang tidak diinginkan. Dalam Al Qur'an terdapat ayat-ayat yang secara tidak langsung telah memerintahkan kaum. Dalam Q.S Al-Isra': 27, Allah berfirman:

إِنَّ الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ ۗ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا - ٢٧

Artinya:

Sesungguhnya orang-orang yang pemboros itu adalah saudara setan dan setan itu sangat ingkar kepada Tuhannya (Q.S Al Isra': 27)

Ayat tersebut menjelaskan bahwa menganjurkan untuk bersifat tidak pelit yang menyebabkan seseorang tidak pelit dan menyebabkan seseorang menjadi tercela karena kepelitannya dan dianjurkan untuk tidak boros yang menyebabkan seseorang menjadi seseorang yang menyesal karena keborosannya tersebut. Fokus pada tidak boros mempunyai pengertian sederhana sebagai anjuran untuk menyisihkan sebagian hartanya untuk digunakan bagi keperluan masa depan (menabung).

Perilaku menabung sendiri mensyaratkan seseorang untuk bisa disiplin dalam hal melanggar keuangan. Menabung sebagai sifat hemat dapat dijadikan sifat positif yang apabila dengan konsisten akan meningkatkan kualitas hidup yang lebih baik. Islam juga menganjurkan perilaku hemat dalam setiap pengeluaran, sehingga islam menetapkan aturan perekonomian dalam hal menyimpan dan menabung.

Menurut Umam (2016:19) adapun aturan-aturan sebagai berikut:

1. Menyimpan setelah kebutuhan primer terpenuhi
2. Menyimpan kelebihan setelah menghadapi kesulitan
3. Hak harta generasi mendatang
4. Tidak menimbung harta
5. Pengembangan harta harus dilakukan dengan baik dan halal.

Dari definisi diatas maka dapat diambil kesimpulan bahwa tabungan adalah dana yang dititip kepada bank, yang penarikannya sesuai dengan kesepakatan sebelumnya. Kemudian dalam penabungan tersebut dana akan dikelola secara professional oleh Bank.

2.2.5 Bank Pembiayaan Rakyat Syariah

2.2.5.1 Pengertian Bank Pembiayaan Rakyat Syariah

Sebelum lahirnya BPR Syariah di Indonesia, masyarakat terlebih dahulu mengenal adanya Bank Perkreditan Rakyat (BPR). Menurut UU No.21 Tahun 2008 disebutkan bahwa BPR adalah bank konvensional yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Dimana BPR konvensional masih menerapkan system bunga dalam operasionalnya. Maka dari itu, harus dibedakan antara BPR konvensional dan BPR Syariah. Perbedaan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) dengan Bank Perkreditan Rakyat (BPR) adalah sebagai berikut (Muhammad, 2002:56)

1) Akad dan aspek legalitas

Dalam BPR Syariah akad yang dilakukan memiliki konsekuensi duniawi yang ukhrawi karena akad yang dilakukan berdasarkan hukum islam. Sering nasabah melanggar kesepakatan ataaau perjanjian yang telah dilakukan bila hokum hanya berdasarkan hokum positif.

2) Adanya dewan pengawas syariah dalam struktur organisasinya yang bertujuan mengawasi praktik operasional BPR Syariah agar tidak menyimpang dari Prinsip Syariah.

- 3) Penyelesaian sengketa yang terjadi dapat diselesaikan melalui Badan Arbitrase Syariah maupun Pengadilan Agama.
- 4) Bisnis dan usaha yang dibiayai tidak boleh bisnis yang haram, syubhat ataupun dapat menimbulkan kemahdharatan bagi pihak lain.
- 5) Praktik operasional BPR Syariah, baik untuk penghimpunan maupun penyaluran pembiayaan, menggunakan sistem bagi hasil dan tidak menggunakan sistem bunga.

Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) adalah bank yang melakukan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Bentuk hukumnya dapat berupa: Perseroan Terbatas/PT, Koperasi atau Perusahaan Daerah (Pasal 2 PBI No.6/17/PBI/2004). Undang-undang Nomor 21 Tahun 2008 menyebutkan bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) yaitu Bank Syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran (Umam, 2009:41). Yang perlu diperhatikan dari ketentuan diatas adalah kepanjangan dari BPR Syariah yang berupa Bank Perkreditan Rakyat Syariah. Ini berarti semua peraturan perundang-undangan yang menyebut BPR Syariah dengan Bank Perkreditan Rakyat Syariah harus dibaca dengan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) (Hasan, 2009:7)

2.2.5.2 Tinjauan dan Karakteristik BPR Syariah

Menurut Sudarsono (2003:85) ada beberapa tujuan yang dikehendaki dari pendirian BPR Syariah di dalam perekonomian, yaitu sebagai berikut:

1. Meningkatkan kesejahteraan ekonomi umat Islam, terutama masyarakat golongan ekonomi lemah yang umumnya di daerah pedesaan.
2. Menambah lapangan kerja, terutama ditingkat kecamatan sehingga dapat mengurangi tingkat urbanisasi.
3. Membina semangat *ukhwah Islamiyah* melalui kegiatan ekonomi dalam rangka meningkatkan pendapatan perkapita menuju kualitas hidup yang memaadai.
4. Untuk mempercepat perputaran aktivitas perekonomian karena sektor real akan bergairah.

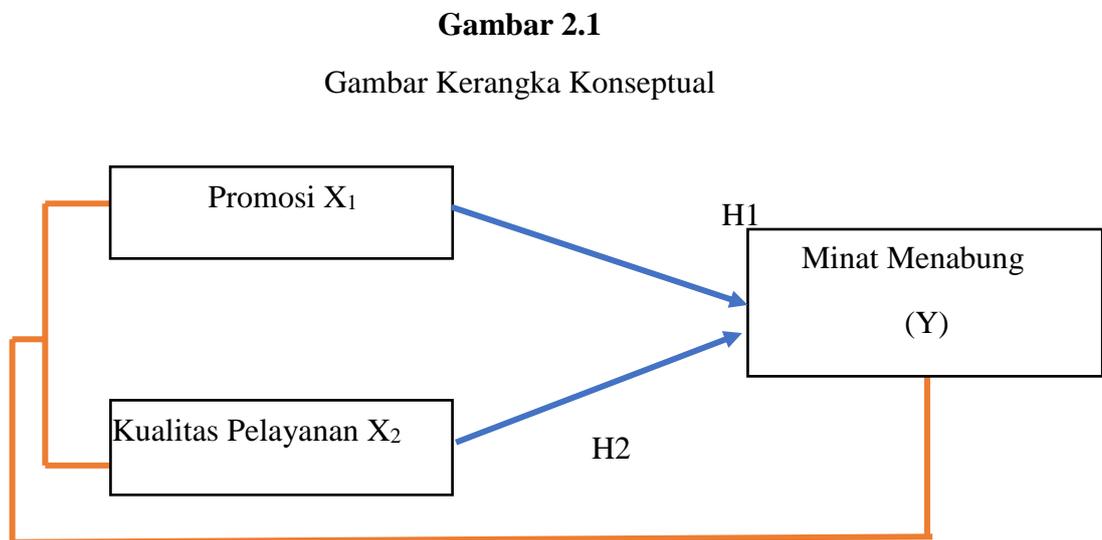
Dalam aktivitas operasional perbankan berdasarkan UU No.21 Tahun 2008, Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) dilarang (Umam, 2009:41) :

1. Melakukan kegiatan usaha yang bertentangan dengan prinsip syariah.
2. Menerima simpanan berupa giro dan ikut serta dalam lalu lintas pembayaran.
3. Melakukan kegiatan usaha dalam valuta asing, kecuali penukaran uang asing dengan izin Bank Indonesia.

4. Melakukan kegiatan usaha perasuransian, kecuali sebagai agen pemasaran produk asuransi syariah.
5. Melakukan penyertaan modal, kecuali pada lembaga yang dibentuk untuk menanggulangi kesulitan likuiditas Bank Pembiayaan Rakyat Syariah.
6. Melakukan usaha lain diluar kegiatan usaha yang telah diatur dalam undang-undang.

2.3 Kerangka Konseptual

Berdasarkan penelitian diatas, maka dapat digambarkan kerangka berfikir mengenai pengaruh promosi, dan kualitas pelayanan terhadap minat menabung sebagai berikut:



H3

Sumber: Dari pengembangan berdasarkan penelitian terdahulu

Keterangan:

→ Pengaruh Secara Parsial

→ Pengaruh secara Simultan

Dalam kerangka konseptual diatas dapat dihasilkan sebuah hipotesis atau dugaan sementara. Menurut Sugiyono (2012:96) mengatakan bahwa hipotesis merupakan dugaan sementara yang belum diuji kebenarannya dalam suatu pendapat atau kesimpulan. Dari uraian diatas didapatkan hipotesis:

Berikut merupakan penjelasan mengenai hipotesis yang diambil dalam penelitian, berdasarkan penelitian terdahulu antara lain sebagai berikut:

1. Pengaruh Promosi terhadap Minat Menabung

Dalam penelitian yang dilakukan (Sarwita, 2017), dan penelitian dari (Ortega & Alhifni, 2017), dan penelitian dari (Bilal Barsah & Al Hifni, 2019) mendapatkan hasil yang sama, bahwa promosi berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung. Sedangkan penelitian yang dilakukan (Aziz & Hendrastyo, 2019), dan penelitian dari (Aisyah & Riyadi, 2020), dan penelitian dari (Mawardi, 2018) mendapatkan hasil yang sama, bahwa promosi tidak berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat menabung. Berdasarkan penelitian terdahulu diatas, maka H1 dalam penelitian ini sebagai berikut:

H1: Promosi berpengaruh terhadap minat menabung masyarakat di BPR Syariah Lantabur Tebuireng Jombang

2. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat Menabung

Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Aisyah & Riyadi, 2020), dan penelitian dari (Sarwita, 2017) , dan penelitian dari (M. EM & Ab. Wahab, 2015) mendapatkan hasil bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara

signifikan terhadap minat menabung. Sedangkan penelitian yang dilakukan (Aziz & Hendrastyo, 2019), dan penelitian dari (Mujahidin, H, 2017) mendapatkan hasil yang sama bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung. Berdasarkan penelitian terdahulu diatas, maka H2 dalam penelitian ini sebagai berikut:

H2: Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap minat menabung masyarakat di BPR Syariah Lantabur Tebuireng Jombang

3. Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Menabung

Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Sarwita, 2017), dan penelitian dari (Yogiarto, 2015), dan penelitian dari (Widagdo, 2014), dan penelitian (Sari, 2015), mendapatkan hasil bahwa promosi dan kualitas layanan berpengaruh secara simultan terhadap minat menabung. Sedangkan Penelitian yang dilakukan (Fitri Pertiwi, 2012), dan penelitian dari (Aziz & Hendrastyo, 2019), mendapatkan hasil bahwa promosi dan kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara simultan. Berdasarkan penelitian terdahulu diatas, maka H3 dalam penelitian sebagai berikut:

H3: Promosi dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap minat menabung masyarakat di BPR Syariah Lantabur Tebuireng Jombang

2.4 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka pemikian teoritis digambarkan, maka dapat diajukan hipotesis sebagai berikut:

H1: Diduga Promosi berpengaruh signifikan terhadap minat menabung masyarakat di BPR Syariah Lantabur Tebuireng Jombang.

H2: Diduga Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung masyarakat di BPR Syariah Lantabur Tebuireng Jombang.

H3: Diduga Promosi dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap minat menabung masyarakat di BPR Syariah Lantabur Tebuireng Jombang.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Lokasi Penelitian

Menurut Sugiyono (2018:35-36) Jenis penelitian yang digunakan dalam penulisan ini adalah menggunakan penelitian lapangan (*Filedh Research*) menggunakan metode kuantitatif. Metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat, positivisme digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian analisis data bersifat kuantitatif / statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Adapun penelitian ini dilakukan di BPR Syariah Lantabur Tebuireng Jombang.

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada PT. BPR Syariah Lantabur Tebuireng Jl. A. Yani Ruko Citra Niaga Blok E11 Jombang, Kec. Jombang, Kab. Jombang. Alasan melakukan penelitian di BPR Syariah Lantabur Tebuireng Jombang karena lokasi tersebut cukup strategis serta mudah dijangkau oleh nasabah, sehingga akan mempermudah peneliti untuk mengambil data-data yang diperlukan yang kedua karena BPRS Lantabur Tebuireng merupakan salah satu lembaga keuangan islam di Jombang, Selain itu BPRS Lantabur Tebuireng Jombang ini termasuk bank syariah yang telah mengalami perkembangan dan juga mendapat penghargaan yang diberikan oleh majalah infobank kepada 63 BPRS yang berhasil meraih predikat “sangat bagus” hal ini dibuktikan dalam data infobank pada acara 7 tahun infobank sharia awards 2018.

3.3 Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sujarweni (2015:80) menjelaskan bahwa populasi merupakan sebuah kelompok dari elemen-elemen yang biasanya terdiri dari objek dan orang. Dimana kita tertarik untuk mempelajari dan menjadi objek penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah dan masyarakat yang berminat menabung menggunakan produk tabungan tadhabur di BPR Syariah Lantabur Tebuireng Jombang.

2. Sampel

Sampel merupakan bagian populasi. Menurut Sujarweni (2015:75) menjelaskan bahwa sampel adalah bagian dari elemen-elemen yang dimiliki oleh sebuah populasi tersebut. Bila sebuah populasinya besar, maka para peneliti akan menggunakan semua populasi tersebut, contohnya seperti faktor waktu, dana dan tenaga. Untuk itu saampel yang diambil harus bersifat mewakili terhadap sebuah populasi. Dalam penelitian ini sampel yang diambil adalah masyarakat yang berminat menabung di BPR Syariah Lantabur Tebuireng.

Dalam penarikan jumlah sampel, apabila populasinya tidak diketahui secara pasti jumlahnya maka digunakan teknik atau rumus sesuai dengan teori dari (K & Malhotra, 2006:291) paling sedikitnya harus empat atau lima kali dari jumlah item pertanyaan. Dari penelitian ini terdapat 38 item pertanyaan, sehingga jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah 190 sampel dari (38 item pertanyaan dikali 5). Dengan demikian dalam pengambilan sampel mengacu pada teori diatas maka jumlah sampel dalam penelitian sebanyak 190. Adapun yang

dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah masyarakat yang berminat menabung di BPR Syariah Lantabur Tebuireng Jombang.

3.4 Data dan Jenis Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder yaitu sebagai berikut:

1. Data Primer

Menurut Sujarweni (2015:75) menjelaskan data primer merupakan data yang diambil dari sistem wawancara dan hasil dari sebuah kuesioner dari perusahaan dan para nasabah untuk dijadikan data peneliti yang akan diteliti. Data primer yang digunakan peneliti yaitu dengan mengisi kuesioner yang ditujukan kepada responden yang menggunakan produk tabungan tadhabur. Penelitian ini diperoleh langsung dari jawaban yang diberikan peneliti kepada responden atas pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner.

2. Data Sekunder

Menurut Sujarweni (2015:75) menjelaskan bahwa data sekunder merupakan data yang sudah diolah baik oleh pihak peneliti lain. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari buku-buku dan juga jurnal dalam penelitian lain dan data yang disajikan.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data sangat berpengaruh bagi penelitian, karena apabila dalam mengumpulkan data sudah tepat maka akan mendapatkan hasil yang akurat dan relevan. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan

kuesioner dengan menyebarkan kuesioner dan memberikan beberapa pertanyaan kepada responden. Kuesioner merupakan sebuah item pertanyaan yang dilakukan oleh peneliti kepada responden guna memperoleh sebuah data yang akan diolah dan dijadikan sebuah penelitian (Sugiyono, 2012:80). Maka diharapkan responden akan memberikan respon yang positif atas kuesioner yang telah diberikan dan memberikan jawaban atas beberapa pertanyaan yang terdapat dalam kuesioner tersebut.

3.6 Instrumen Penelitian

Menurut Sugiyono (2015:146) Instrumen penelitian adalah suatu hal yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Secara spesifik semua fenomena ini disebut variabel penelitian.

Sedangkan menurut Sugiyono (2015:132) instrumen yang digunakan dalam penelitian ini berupa kuesioner untuk responden, yaitu berisi pertanyaan-pertanyaan umum mengenai keyakinan dan kualitas pelayanan. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini bermaksud untuk menghasilkan data yang akurat yaitu dengan menggunakan skala *likert*. Skala *likert* digunakan untuk mengukur suatu sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang suatu fenomena sosial. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan jenis instrument angket atau kuisisioner dengan pemberian skor sebagai berikut:

- | | | |
|-------|-----------------|-----|
| 1. SS | : Sangat Setuju | = 5 |
| 2. S | : Setuju | = 4 |
| 3. RG | : Ragu-Ragu | = 3 |
| 4. TS | : Tidak Setuju | = 2 |

5. STS : Sangat Tidak Setuju = 1

3.7 Definisi Operasional Variabel

Pada penelitian ini akan dilakukan pengujian terhadap Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Masyarakat di BPR Syariah Lantabur Tebuireng Jombang.

1. Variabel Dependen

Menurut Husein (2003:54) merupakan variabel yang memberikan reaksi atau respon jika dihubungkan dengan variabel bebas, variabel ini adalah variabel yang diamati dan diukur untuk menentukan pengaruh yang disebabkan oleh variabel bebas.

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Minat Menabung. Menurut Umam (2016:16) Minat menabung adalah arti kecenderungan hati yang tinggi terhadap suatu keinginannya. Jadi harus ada sesuatu yang ditimbulkan baik dari dalam dirinya maupun dari luar untuk menyukai sesuatu. Menabung juga tindakan yang dianjurkan oleh Islam, karena dengan menabung berarti seorang muslim mempersiapkan diri untuk pelaksanaan masa yang akan datang sekaligus untuk menghadapi hal-hal yang tidak diinginkan.

2. Variabel Independen

Menurut Sarwono (2006:54) variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi variabel lain. Variabel bebas merupakan variabel yang variabelnya diukur, dimanipulasi atau dipilih oleh peneliti untuk menemukan hubungannya dengan suatu gejala yang diobservasi.

a. X₁ (Promosi)

Menurut Kasmir (2014) Promosi merupakan kegiatan *marketing mix* dalam kegiatan ini setiap perusahaan berusaha mempromosikan seluruh produk jasa yang dimilikinya, baik secara langsung maupun tidak langsung.

b. X₂ (Kualitas Pelayanan)

Menurut Tjiptono (2012) Kualitas pelayanan adalah upaya untuk memenuhi kebutuhan yang disertai dengan keinginan konsumen, serta ketepatan cara penyampaiannya supaya dapat memenuhi kualitas pelayanan yang diharapkan.

Tabel 3.1

Definisi Operasional Variabel

| No | Variabel | Indikator | Item | Sumber |
|-----------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|
| 1 | Promosi (X ₁) Merupakan kegiatan <i>marketing mix</i> dalam kegiatan ini setiap perusahaan berusaha mempromosikan seluruh produk jasa yang dimilikinya, baik secara langsung | 1. Iklan | <ul style="list-style-type: none"> • BPRS Lantabur Kabupaten Jombang melakukan iklan melalui media elektronik seperti radio. • Informasi melalui brosur dan selebaran sangat tepat. | (Kasmir, 2014) |
| | | 2. Promosi penjualan | <ul style="list-style-type: none"> • Pemberian kupon mempengaruhi saya memilih produk simpanan di BPRS Lantabur | |

| | | | |
|------------------------|-------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
| maupun tidak langsung. | | <p>Tebuireng Jombang.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pemberian hadiah langsung mempengaruhi saya dalam memilih produk simpanan di BPRS Lantabur Tebuireng Jombang. | |
| | 3. Pemasaran interaktif | <ul style="list-style-type: none"> • Promosi dilakukan secara langsung oleh marketing karyawan kepada nasabah sehingga melibatkan nasabah. • Staff marketing melakukan promosi penjualan melalui email, dan telephone. | |
| | 4. Hubungan masyarakat | <ul style="list-style-type: none"> • Melalui donasi amal yang diadakan BPRS Lantabur Tebuireng Jombang dapat menciptakan hubungan baik dengan masyarakat. • BPRS Lantabur Tebuireng Jombang melakukan publisitas | |

| | | | | |
|--|--|--|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
| | | | <p>dengan dengan memberikan dana sponsor.</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Sponsorship</i> yang diikuti BPRS Lantabur Tebuireng Jombang membantu saya memperoleh informasi. • Melalui event seminar yang diadakan BPRS Lantabur dapat menciptakan hubungan komunikasi yang baik dengan masyarakat. • Laporan tahunan yang disusun sesuai dengan SAP, dengan informasi yang lengkap mencakup semua informasi akuntansi yang dapat digunakan dalam pengambilan keputusan. • Situs web BPRS Lantabur Tebuireng Jombang membantu saya dalam memberikan informasi. | |
|--|--|--|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|

| | | | | |
|--|--|-----------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
| | | | <ul style="list-style-type: none"> • Berita-berita yang berhubungan dengan BPRS Lantabur Tebuireng Jombang membantu saya untuk mendapatkan informasi tentang BPRS Lantabur Tebuireng Jombang. | |
| | | 5. Pemasaran langsung | <ul style="list-style-type: none"> • BPRS dalam mempromosikan produk melalui via telemarketing, via media social mempengaruhi saya memilih BPRS Lantabur Tebuireng Jombang. • BPRS dalam mempromosikan melalui email, telephone yang dapat menjalin hubungan jangka panjang nasabah. • Konsumen/nasabah merespon dengan baik kegiatan pemasaran langsung yang | |

| | | | | |
|---|-------------------------|----------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
| | | | dilakukan BPRS lantabur Tebuireng Jombang. | |
| | | 6. Pemasaran dari mulut ke mulut | <ul style="list-style-type: none"> • Informasi tentang BPRS Lantabur Tebuireng Jombang saya dapat dari teman, keluarga. • Informasi tentang BPRS Lantabur Tebuireng Jombang saya dapat melalui media elektronik radio. | |
| | | 7. Penjualan personal | <ul style="list-style-type: none"> • Pegawai menjelaskan secara rinci mengenai kualitas dan keunggulan produk. • Pegawai menguasai pengetahuan tentang produknya. • BPRS Lantabur memberikan program insentif (kompensasi) parkir khusus nasabah BPRS. | |
| 2 | Kualitas Pelayanan (X2) | 1. Bukti langsung (<i>tangibles</i>) | <ul style="list-style-type: none"> • Penampilan pegawai BPRS Lantabur Tebuireng | |

| | | | |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|
| Merupakan upaya untuk memenuhi kebutuhan yang disertai dengan keinginan konsumen, serta ketepatan cara penyampaiannya supaya dapat memenuhi kualitas pelayanan yang diharapkan . | | Jombang bersih dan rapih <ul style="list-style-type: none"> • Fasilitas kenyamanan dan peralatan pegawai yang diberikan sesuai dengan harapan dan peralatan yang digunakan mendukung pelayanan. • Sarana komunikasi antara pegawai dan nasabah cukup memadai. | (Fandy Tjiptono 2012) |
| | 2. Keandalan (<i>reliability</i>) | <ul style="list-style-type: none"> • Pegawai memberikan pelayanan dengan segera dan cepat. • Pegawai melakukan pelayanan yang memuaskan terhadap nasabah/konsumen. | |
| | 3. Daya tanggap (<i>responsev eness</i>) | <ul style="list-style-type: none"> • Pegawai mampu melayani nasabah dengan cepat dan tepat. • Pegawai dapat membantu nasabah dengan cepat dan tanggap. | |
| | 4. Jaminan (<i>assurance</i>) | <ul style="list-style-type: none"> • Pegawai memiliki sikap sopan terhadap nasabah. | |

| | | | | |
|---|------------------------------------------------------------------|---------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|
| | | | <ul style="list-style-type: none"> • Pegawai BPRS Lantabur Tebuireng Jombang memiliki kemampuan yang cukup handal. • Pegawai memiliki sifat amanah (dapat dipercaya) sehingga tidak ada keraguan bagi nasabah. • Keamanan lingkungan BPRS yang terjamin sehingga bebas dari bahaya. | |
| | | 5. Empati (<i>emphaty</i>) | <ul style="list-style-type: none"> • Pegawai BPRS Lantabur Tebuireng Jombang memiliki hubungan komunikasi yang baik terhadap nasabah sehingga dapat memahami kebutuhan para pelanggan/nasabah. | |
| 3 | Minat Menabung (Y) Merupakan arti kecenderungan hati yang tinggi | 1. Menyimpan setelah kebutuhan primer | <ul style="list-style-type: none"> • Saya berminat menabung di BPRS Lantabur Tebuireng Jombang karena keinginan sendiri. | (Khotibul Umam, 2016) |

| | | | |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
| <p>terhadap sesuatu keinginannya. Jadi harus ada sesuatu yang ditimbulkan baik dari dalam dirinya maupun dari luar untuk menyukai sesuatu. Menabung juga tindakan yang dianjurkan oleh Islam, karena dengan menabung berarti seorang muslim mempersiapkan diri untuk pelaksanaan masa yang akan datang sekaligus untuk menghadapi hal-hal yang tidak diinginkan.</p> | <p>2. Menyimpan kelebihan setelah menghadapi kesulitan</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Saya menabung di BPRS Lantabur Tebuireng Jombang dengan tujuan untuk kebutuhan dimasa mendatang. | |
| | <p>3. Hak harta generasi mendatang</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Saya menabung di BPRS Lantabur Tebuireng Jombang karena ingin mendapatkan keselamatan dunia dan akhirat. | |
| | <p>4. Tidak menimbun g harta</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Saya menabung di BPRS Lantabur Tebuireng Jombang karena ingin terhindar dari riba. | |
| | <p>5. Pengembangan harta harus dilakukan dengan baik dan halal.</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Saya menabung di BPRS Lantabur Tebuireng Jombang karena bebas riba. | |

Sumber: Diolah Peneliti (2021)

3.8 Uji Validitas dan Reliabilitas

3.8.1 Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2012:80) uji validitas merupakan cara yang dijadikan untuk mengukur benar atau valid dan tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner dapat dikatakan valid apabila item-item dari setiap indikator pernyataan dapat mengungkapkan suatu data yang dapat di ukur oleh kuesioner tersebut. Sehingga dapat mengetahui item-item dalam setiap indikator pernyataan yang telah dibuat bisa mengukur data yang diinginkan dan diharapkan.

3.8.2 Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2012:80) uji reliabilitas menyatakan bahwa keandalan suatu pengukuran menunjukkan sejauh mana pengukuran tersebut dilakukan tanpa kesalahan pada kuesioner. Kuesioner bisa dikatakan reliabel apabila responden dalam menjawab setiap pertanyaan bisa konsisten atau stabil. Dalam alat yang digunakan peneliti yakni *software* SPSS terdapat fasilitas yang dapat digunakan untuk mengukur reliabel atau tidaknya suatu kuesioner dengan uji statistik *crobach alpha* (α). Suatu variabel dapat dikatakan reliabel apabila nilai *crobach alpha* $> 0,60$.

3.9 Teknik Pengelolaan Data

Menurut Sugiyono (2018:35-36) Analisis data merupakan kegiatan setelah atau seluruh responden atau sumber data lain sudah terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap

variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.

Adapun metode analisis data yang akan digunakan untuk pembahasan dalam penelitian ini sebagai berikut:

3.9.1 Metode Analisis Deskriptif

Menurut Suharsimi (2010:206) Metode yang digunakan adalah dengan mengumpulkan, mengelola, mengklarifikasikan dan menginterpretasikan data penelitian sehingga diperoleh gambaran yang jelas mengenai objek yang diteliti.

3.9.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik perlu dilakkan terlebih dahulu sebelum menganalisa regresi linier berganda, tujuannya agar peneliti mengetahui model penelitian yang dilakukan dinyatakan bebas dari penyimpangan uji asumsi kalsik. Adapun uji asumsi klasik diantaranya sebagai berikut:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji aakah dalam model regresi variabel dependen (terikat) dan variabel (bebas), keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal (Ghozali, 2011:160).

Ada dua cara mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik. Untuk menguji apakah data berdistribusi normal atau tidak

dilakukan dengan uji statistik *Kolmogorov Smirnov (K-S) Tes*. Dalam uji normalitas ini dapat dilihat dengan menilai *Asym. Sig (2-tailed)*. Untuk uji statistik *Kolmogorov Smirnov (K-S)*, pengambilan keputusan menurut (Ghozali, 2011:163), sebagai berikut:

1. Jika hasil signifikan *Kolmogorov Smirnov (K-S)* menunjukkan nilai signifikan $> 0,05$ maka residual terdistribusi dengan normal.
2. Jika hasil signifikan *Kolmogorov Smirnov (K-S)* menunjukkan nilai signifikan $< 0,05$ maka residual tidak terdistribusi normal.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali, 2011:125). Cara mendeteksi adalah dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *Scatterplot* antara *SRESID* dan *ZPRED*, dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual ($Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$) yang telah di *standardized*. Sedangkan dasar pengambilan keputusan untuk uji heteroskedastisitas menurut (Ghozali, 2011:126), sebagai berikut:

1. Jika ada pola tertentu, seperti titik yang ada membentuk pola tertentu teratur (bergelombang, melebur kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika tidak terjadi pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 ada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

c. Uji Multikolinearitas

Uji ini digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi linier berganda ditemukan korelasi antara varaibel bebas atau variabel independen (Ghozali, 2013:145). Dimana untuk melihat uji multikolinearitas dapat dilihat ada bagian *tolerance* dan *Variance Inflation Factor (VIF)* (Ghozali, 2013:145). Kriteria yang dapat dikatakan jika terjadi multikolinearitas antara lain sebagai berikut:

1. *Tolerance*

Apabila nilai *tolerance* $< 0,10$ maka dapat dikatakan adanya multikolinearitas, jika nilai *tolerance* $> 0,10$ maka tidak terjadi multikolinearitas.

2. *Variance Inflation Factor*

Apabila nilai *VIF* $< 0,10$ maka tidak ada multikolinearitas, jika niali *VIF* $> 0,10$ maka ada multikolinearitas.

d. Uji Linieritas

Uji Linieritas digunakan sebagai penentu apakah pada dua variabel atau lebih memiliki hubungan linier yang signifikan atau tidak (Ghozali, 2013:145). Dalam kriterianya jika nilai sig < 0,05 dimana hasilnya digunakan untuk membuat keputusan dalam menentukan model regresi yang akan digunakan dengan tepat.

3.9.3 Analisis Regresi Berganda

Menurut Hasan (2010:254) Analisis regresi linier berganda adalah dimana variabel terikat (Y) dihubungkan atau dijelaskan oleh lebih dari satu variabel variabel bebas ($X_1, X_2, X_3 \dots X_n$) namun masih menunjukkan diagram hubungan yang linier.

Penggunaan metode analisis ini untuk menganalisis pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap minat menabung masyarakat pada BPR Syariah Lantabur Tebuireng Jombang.

$$Y = a + bX_1 + bX_2 + e$$

Keterangan:

Y = Minat Menabung

a = Bilangan Konstan

b = Koefisien Variabel

X_1 = Promosi

X_2 = Kualitas Pelayanan

E = Error

3.10 Pengujian Hipotesis

a. Uji Parsial

Uji parsial atau uji t merupakan sebuah uji yang dilakukan untuk menunjukkan apakah variabel independen secara parsial memiliki pengaruh terhadap variabel dependen. Jika hasil dari uji t memiliki nilai probabilitas < 0.05 maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Adapun hipotesis dari hasil pengujian adalah sebagai berikut (Ikhsan, A. E, 2018:551):

H_0 = nilai probabilitas $> \alpha$ (0.05). Artinya variabel independen secara parsial tidak memiliki pengaruh terhadap variabel dependen.

H_1 = nilai probabilitas $< \alpha$ (0.05). Artinya variabel independen secara parsial memiliki pengaruh terhadap variabel dependen.

b. Uji simultan

Uji simultan atau uji f merupakan sebuah uji yang dilakukan untuk menunjukkan apakah variabel independen secara simultan memiliki pengaruh terhadap variabel dependen. Jika hasil dari uji f memiliki nilai probabilitas $< \alpha$ (0.05) maka H_0 ditolak dan begitu juga sebaliknya. Adapun hipotesis dari hasil pengujian adalah sebagai berikut (Ikhsan, A. E, 2018:551):

H_0 = nilai probabilitas $> \alpha$ (0.05). Artinya variabel independen secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

H_1 = nilai probabilitas $< \alpha$ (0.05). Artinya variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen.

c. Uji Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) merupakan ukuran yang dilakukan untuk menunjukkan nilai persentase pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Menurut (Bawono dkk., 2018:53) jika nilai R^2 semakin mendekati 1 maka model regresi yang digunakan dapat meramalkan variabel dependen dengan baik. Sehingga dapat diketahui berapa besar variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen (Ikhsan, A. E, 2018:551).

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan

PT. BPR Syariah Lantabur Tebuireng adalah suatu lembaga keuangan atau juga lembaga perbankan pertama yang berdiri di wilayah Jombang yang beroperasi dengan menggunakan atau berdasarkan pada prinsip keuangan syariah. Berawal dengan keinginan untuk dapat menjalankan perekonomian dengan prinsip islam dan berusaha untuk meningkatkan perekonomian umat khususnya di wilayah Jombang, dengan di prakasai oleh pondok Tebuireng Jombang dan masyarakat yang peduli terhadap perekonomian umat, maka dibentuklah lembaga keuangan yang bernama PT.BR Syariah Lantabur Tebuireng Jombang dengan izin pendirian berdasarkan keputusan MENKUNHAM No. C-7026.Tahun.2005 dan izin dari Bank Indonesia No. 8/4/KEP.GBI Th. 2006. PT. BPR Syariah Lantabur atau yang lebih dikenal dengan Bank SyariahLantabur Lahir pada tahun 2006 yang pendiriannya diprakarsai oleh Pondok Pesantren Madrasatul Qur'an Tebuireng (PP MQ TBI). Adapun nama "Lantabur" sendiri bermakna "tidak akan merugi", maka ini sekaligus juga menjadi doa penyemangat dalam pengelolaan perusahaan. Dalam perkembangan selanjutnya, di dorong semangat kebersamaan untuk membangun ekonomi umat, Pondok Pesantren Tebuireng juga turut serta memperkuat keberadaan Bank Syariah Lantabur dengan ditandai oleh penyematan nama "Tebuireng", sehingga menjadi "PT. Bank Pembiayaan

Rakyat Syariah Lantabur Tebuireng” dan telah diresmikan pada tanggal 11 Agustus 2014.

PT. BPR Syariah Lantabur Tebuireng mendapatkan dukungan yang besar dari masyarakat dalam setahun pembukaannya. Hal ini dapat dilihat dengan adanya peningkatan yang cukup pesat dalam hal penghimpunan dana dari pihak ketiga yaitu dari dana tabungan dan deposito dengan nilai sebesar 1,7 milyar per maret 2007 dengan tingkat imbalan yang menguntungkan yaitu kurang lebih 7% per tahun. Disamping itu juga, kepercayaan masyarakat menjadi lebih kuat dikarenakan PT. BPR Syariah Lantabur Tebuireng Jombang merupakan lembaga keuangan yang dijamin oleh pemerintah melalui rogram penjamin dan pihak ketiga (LPS). Dengan adanya jaminan tersebut maka akan sangat menguntungkan dana aman jika masyarakat berinvestasi pada lembaga keuangan PT. BPR Syariah Lantabur Tebuireng. Investasi juga dapat dilakukan melalui program Tabungan Mudhorobah dan Deposito Mudhorobah.

PT. BPR Syariah Lantabur Tebuireng memiliki peran penting dalam mengerakkan sector riil yaitu dengan memberikan modal kerja dan modal investasi kepada UKM dan UMKM di wilayah Jombang dengan total pembiayaan mencapai 1,6 milyar per maret 2007. Pembiayaan tersebut terbagi atas pembiayaan perdagangan, pertanian dan usaha produktif lainnya. Pembiayaan lain yang digunakan adalah pembiayaan akad mudhorobah, musyarokah, dan ijarah. Keseluruhan pembiayaan harus berdasarkan kesepakatan bersama PT. BPR Syariah Lantabur Tebuireng dikelola secara professional dan amanah karena pengelola mendapatkan pembekalan dan

keilmuan yang cukup dengan aktif mengikuti pelatihan yang diadakan oleh Bank Indonesia dan lembaga keuangan lainnya. Disamping itu, sebagian besar karyawan pengelola PT. BPR Syariah Lantabur Tebuireng adalah alumni Pesantren Madrasatul Qur'an Tebuireng. Keterikatan Bank Syariah Lantabur Tebuireng dengan kedua pondok pesantren tersebut, menjadikan perusahaan, selain berlatar belakang motif usaha/profit, juga ditujukan untuk kemandirian kedua pondok pesantren ternama tersebut pada khususnya dan kemajuan ekonomi umat islam pada umumnya. Hingga saat ini, bank Syariah Lantabur Tebuireng telah memiliki 6 kantor pelayanan yang tersebar di 3 Kantor di wilayah Jombang, 2 Kantor di wilayah Mojokerto dan 1 Kantor di wilayah Gresik.

4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan

Visi: Mengemban amanah ekonomi islam

Misi: Bermitra dan bergabung dengan masyarakat luas sebagai upaya mengembangkan usaha kecil dan menengah dalam rangka menggali potensi daerah khususnya pada lembaga pendidikan Islam.

4.1.3 Ruang Lingkup Perusahaan

Dalam kegiatannya BPRS Lantabur Tebuireng Jombang sebagai lembaga keuangan mikro yang berprinsip syariah atau sesuai ajaran Islam ada beberapa produk yang dimiliki, meliputi:

4.1.3.1 Produk Penghimpunan Dana

Ada beberapa produk penghimpunan dana yang ada di BPRS Lantabur Tebuireng Jombang, diantaranya:

1. Tabungan Tadhabur (tabungan mudharabah lantabur)

Tabungan Mudharabha (Tadhabur) adalah jenis tabungan perseorangan dan lembaga yang berpotensi bagi hasil yang kompetitif yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan dimasa yang akan datang dan juga bisa ditarik dan ditambah sewaktu atau batas waktu. Pada produk ini mempunyai fasilitas yaitu mendapat buku tabungan, mendapat pelayanan prima dengan sistem jemput bola, mendapat sistem bagi hasil yang kompetitif, dana man dijamin oleh Lembaga Penjamin Simpanan (LPS). Tabungan ini memerlukan setoran awal minimum Rp.10.000,- dan setoran selanjutnya sebesar Rp.5.000,- dan tidak dipungut biaya administrasi bulanan dengan persyaratan Foto Copy E-KTP/SIM/Pasport dan mengisi formulir pembukaan rekening.

2. Tabungan Qolam (tabungan pelajar lantabur)

Tabungan pelajar (Qolam) adalah tabungan untuk pelajar dengan persyaratan mudah dan fitur yang menarik dalam rangka edukasi perbankan untuk mendorong budaya menabung sejak usia dini. Buku tabungan pelajar ini mempunyai fasilitas-fasilitas yaitu mendapat buku tabungan, mendapat pelayanan prima dengan sistem jemput bola, mendapatkan bagi hasil yang kompetitif, dan juga aman yang sudah dijamin oleh Lembaga Penjamin Simpanan (LPS). Produk tabungan ini hanya perlu setoran awal minimum Rp.5.000,- dan setoran selanjutnya sebesar Rp.1.000,- dan tidak dipungut biaya administrasi bulanan. dengan persyaratan yang sangat mudah hanya memerlukan Fotocopy Kartu Keluarga (KK), atau juga Kartu pelajar dari sekolah.

3. Tabungan Taqarrub (tabungan qurban lantabur)

Tabuungan Qurban (Taqarrub) merupakan tabungan untuk perorangan dan kelompok dengan persyaratan yang mudah dan fitur yang menarik dalam rangka edukasi terhadap masyarakat umum agar supaya dapat melaksanakan ibadah qurban dengan hikmat dan penuh berkah. Produk tabungan ini mempunyai fasilitas yang sama dengan produk tabungan lainnya di PT. BPRS Lantabur Tebuireng Jombang, dan hanya memerlukan setoran awal sebesar Rp.50.000,- dan setoran selanjutnya sebesar Rp.10.000,- dan tidak dipungut biaya administrasi

bulanan. Dengan persyaratan yang sangat mudah yaitu Fotocopy E-KTP/SIM/Pasport dan mengisi formulir pembukaan tabungan.

4. Tabungan Hijrah (tabungan haji dan umrah lantabur)

Tabungan haji adalah tabungan yang diperuntukkan bagi nasabah yang ingin melakukan ibadah haji maupun umrah sesuai dengan jangka waktu yang direncanakan dengan setoran awal sebesar Rp.100.000,- dan setoraan selanjutnya Rp.50.000,-, setoran dapat diambil sewaktu-waktu namun untuk pengambilan dapat menghubungi pihak bank terlebih dahulu.

5. Deposito Mudharabah Lantabur

Deposito ini jenis simpanan dalam mata uang rupiah yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu menurut perjanjian antara deposan dengan pihak bank. Deposit Lantabur Tebuireng ini memiliki manfaat-manfaat yaitu keamanannya terjamin dan diawasi oleh OJK dan dijamin oleh LPS, bagi hasil yang kompetitif berdasarkan nisbah yang sudah disepakati, dapat digunakan sebagai jaminan pembiayaan, bebas biaya administrasi. Fitur dari produknya adalah nominal minimum deposito sesuai dengan ketentuan yang berlaku dan juga tidak dipindah tangankan. Daan untuk waktu pencairan

deposito atau penarikan dana => 100 juta harus konfirmasi minimal H-1.

4.1.3.2 Produk Pembiayaan

Ada beberapa produk pembiayaan yang tersedia di BPRS Lantabur Tebuireng Jombang, diantaranya:

1. Murabahah (sistem jual beli)

Murabahah adalah akad jual beli barang pada harga asal dengan tambahan keuntungan yang telah disepakati. Akad yang digunakan adalah murabahah yaitu akad jual beli antara bank dan nasabah. Bank akan melakukan pembelian atau pemesanan barang sesuai permintaan nasabah kemudian menjualnya kepada nasabah sebesar harga beli ditambah keuntungan bank yang disepakati. Manfaat dari murabahah sendiri yaitu dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan usaha dan modal kerja, dapat digunakan untuk konsumtif, misalnya pembelian kendaraan bermotor, alat rumah tangga dll, dapat digunakan untuk investaasi seperti pembelian rumah, tanah dll, dan juga angsuran tetap selama masa perjanjian. Adapun fasilitas-fasilitas yang didapatkan yaitu pembayaran angsuran dapat dilakukan oleh seluruh kantor resmi PT. Pos Indonesia terdekat, dan pembayaran juga bisa melalui transfer dari bank umum lain,

selama masa pembiayaan dicover oleh asuransi dan diskon margin pada pelunasan diri.

2. Mudharabah (sistem bagi hasil)

Mudharabah adalah kerjasama antara pemilik modal dan pengelola untuk suatu usaha tertentu dengan kesepakatan bagi hasil (nisbah). Akad yang digunakan yaitu Mudharabah, yaitu kerjasama antara bank dengan nasaabah, dimana pihak bank menyediakan seluruh modal dan nasabah sebagai pengelola dengan pembagian keuntungan berdasarkan nisbah bagi hasil yang disepaakati. Maanfaat dari mudharabah sendiri adalah usaha 100% yang dibiayai oleh bank, dapat digunakan untuk pembiayaan modal kerja usaha dan juga dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan modal proyek. Fasilitas-fasilitas yang ada seperti system bagi hasil sesuai proyek/usaha, pembayaran dapat dilakukan sesuai dengan cash-flow, jangka waktu pembayaran sesuai dengan jadwal penyelesaian proyek.

3. Musyarakah (sistem Perkongsian)

Musyarakah adalah bentuk kerjasama antara dua pihak atau lebih untuk usaha tertentu. Masing-masing pihak memberikan kontribusi dana dan tau karya/keahlian dengan kesepakatan keuntungan dan risiko menjadi tanggungan bersama sesuai kesepakatan. Manfaat dari musyarakah sendiri yaitu dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan usaha, modal kerja dsb,

dapat dimanfaatkan untuk memenuhi kebutuhan dana yang bersifat short time, cocok untuk pengerjaan proyek supaya penyelesaiannya tepat waktu.

4. Ijarah Multijasa

Ijarah Multijasa merupakan pembiayaan yang diberikan oleh PT. BPRS Lantabur Tebuireng Jombang kepada nasabah dalam memperoleh manfaat atau suatu jasa. Keuntungan yang diperoleh dari pembayaran multi jasa tersebut berbentuk imbalan jasa (ujrah) atau fee. Besarnya ujarah atau fee disepakati diawal dan dinyatakan dalam bentuk nominal. Manfaat dari ijarah multijasa ini yaitu memberikan kemudahan dan membiayai kebutuhan pendidikan, biaya travelling dan biaya berobat. Pengembalian dana pembiayaan dapat diangsur dengan jumlah angsuran yang tidak akan berubah selama masa perjanjian. Fasilitas-fasilitas yang didapat berupa dapat digunakan untuk biaya pendidikan, travelling dan berobat, jangka waktu pembiayaan fleksibel dan juga diskon ujarah pada saat pelunasan dini.

5. Rahn (gadai emas)

PT. BPRS Lantabur Tebuireng Jombang melayani Rahn/gadai emas dimana bank memberikan fasilitas pinjaman berdasarkan prinsip qardh kepada nasabah dengan menjaminkan emas. Emas yang dijaminkan tersebut akan disimpan dan

dipelihara oleh bank, dan atas pemeliharaan tersebut bank mengenakan biaya sewa dengan prinsip ijarah. Akad yang digunakan berupa akad Qard yaitu suatu akad penyaluran dana oleh bank kepada nasabah sebagai utang piutang dengan ketentuan bahwa nasabah wajib mengembalikan dana tersebut kepada bank pada waktu yang telah disepakati. Manfaat dari rahn sendiri yaitu mendapat dana secara mudah dan cepat untuk berbagai kebutuhan yang mendesak, proses cepat dan persyaratan mudah, penyimpanan aman, bebas biaya administrasi dan bebas biaya finalty, dan juga mendapat surat bukti gadai (SBG).

Fitur-fiturnya yaitu emas dalam bentuk perhiasaan/batangan/lantakan/koin dan uang emas. Jumlah maksimum pembiayaan adalah sebesar Rp.250.000.000,- per nasabah dengan jangka waktu pinjaman maksimal 120 hari. Syarat-syarat dan ketentuan dari rahn yaitu harus memiliki kartu identitas E-KTP/SIM, mengisi aplikasi permohonan gadai, menyerahkan barang angunan berupa emas perhiasaan/batangan atau uang emas, dan membuka rekening tabungan di PT. BPRS Lantabur Tebuireng Jombang.

4.1.4 Gambaran Umum Responden

Gambaran umum responden digunakan untuk mengetahui karakteristik dari responden tersebut yang terdiri dari: jenis kelamin, usia, pekerjaan. Adapun hasil analisis karakteristik responden dijelaskan sebagai berikut:

4.1.4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Dalam Penelitian ini karakteristik usia responden adalah responden dengan usia 17-25 tahun dan usia 26-35 tahun dengan menggunakan tabel sebagai berikut:

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

| Usia (Tahun) | Jumlah | |
|--------------|------------|----------------|
| | Frekuensi | Persentase (%) |
| 17-25 | 123 | 64,7% |
| 26-35 | 67 | 35,3% |
| Total | 190 | 100% |

Sumber: *Output SPSS 26* diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.1 diatas, usia 17-25 tahun berjumlah 123 orang sedangkan untuk usia 26-35 tahun berjumlah 67 orang responden atau semua orang dengan presentase 100%. Hal ini dapat disimpulkan bahwasannya dalam penelitian ini semua responden berusia 17-25 tahun dan usia 26-35 tahun dengan jumlah 190 orang atau 100%.

4.1.4.2 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik jenis kelamin responden dalam penelitian ini yakni laki-laki dan perempuan dengan menggunakan tabel sebagai berikut:

Tabel 4.2 Jenis Kelamin Responden

| Jenis kelamin | Responden | Persentase (%) |
|----------------------|------------------|-----------------------|
| Laki-laki | 84 | 44,2% |
| Perempuan | 106 | 55,8% |
| Total | 190 | 100% |

Sumber: *Output SPSS 26* diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.2 diatas data diketahui jumlah responden pada penelitian ini sebanyak 190 responden, berdasarkan jenis kelamin responden laki-laki berjumlah 84 orang atau sebanyak 44,2% dan untuk responden perempuan berjumlah 106 orang atau sebanyak 55,8. Hal ini dapat disimpulkan bahwasannya dalam penelitian ini mayoritas responden didominasi oleh perempuan yang berjumlah 106 orang atau 55,8%.

4.1.4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Dalam penelitian ini, karakteristik responden berdasarkan pekerjaan dibagi menjadi 6 kelompok, yaitu PNS, Pegawai Swasta, Wiraswasta, Pelajar, Lainnya. Berikut adalah data responden berdasarkan pekerjaan:

Tabel 4.3

Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan

| Pekerjaan | Frekuensi | Persentase |
|------------------|------------------|-------------------|
| PNS | 4 | 2.1% |
| Pegawai Swasta | 14 | 7.3% |
| Wiraswasta | 13 | 6.7% |
| Petani | 19 | 9.8% |
| Pelajar | 82 | 44% |
| Lainnya | 58 | 30.1% |

| | | |
|--------------|------------|-------------|
| Total | 190 | 100% |
|--------------|------------|-------------|

Sumber: *Output SPSS 26* diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.3 diatas, responden dengan pekerjaan Pns berjumlah 4 orang dengan presentase 2.1%, dan untuk responden pekerjaan Pegawai swasta berjumlah 14 orang dengan presentase 7.3%, untuk responden pekerjaan wiraswasta berjumlah 13 orang dengan presentase 6.7%, untuk responden pekerjaan petani berjumlah 19 orang dengan presentase 9.8%, untuk responden pelajar berjumlah 82 orang dengan presentase 44%, dan untuk responden pekerjaan lainnya berjumlah 58 orang dengan presentase 30.1%. Hal ini menunjukkan mayoritas responden yang berminat menggunakan produk tabungan Bpr Syariah Lantabur adalah pelajar.

4.2 Analisis Data

4.2.1 Hasil Analisis Deskriptif

Pada bagian ini menurut statistik deskriptif dalam bentuk tabel distribusi frekuensi jawaban responden terdapat item-item pertanyaan pada masing-masing variabel penelitian. Dalam tabel tersebut distribusi jawaban akan dijabarkan secara rinci sehingga memudahkan pembaca untuk melakukan analisa mendalam. Untuk mendiskripsikan nilai *mean* setiap instrument penelitian ini digunakan kriteria sebagai berikut:

Tabel 4.4 Nilai Skor dan Kategori

| Nilai | Kategori |
|--------------|--------------------|
| 5 | Sangat Setuju (SS) |
| 4 | Setuju (S) |

| | |
|---|---------------------------|
| 3 | Ragu-Ragu (RG) |
| 2 | Tidak Setuju (TS) |
| 1 | Sangat Tidak Setuju (STS) |

Sumber: Data Diolah, 2021

4.2.1.1 Promosi (X1)

Terdapat 21 item pertanyaan yang diajukan kepada responden mengenai variabel Promosi (X1). Berikut ini hasil rata-rata *mean* dari jawaban responden dapat dilihat pada tabel berikut:

4.5 Distribusi Frekuensi item Variabel Promosi (X1)

| No | Item | Jawaban Responden | | | | | | | | | | Mean |
|----|------|-------------------|------|----|-------|----|-------|-----|-------|----|------|-------|
| | | STS | | TS | | RG | | S | | SS | | |
| | | F | % | F | % | F | % | F | % | F | % | |
| 1 | X1.1 | 0 | 0% | 1 | 0.5% | 6 | 3.2% | 176 | 92.6% | 7 | 3.7% | 3.99% |
| 2 | X1.2 | 0 | 0% | 0 | 0% | 10 | 5.3% | 175 | 92.1% | 5 | 2.5% | 3.97% |
| 3 | X1.3 | 4 | 2.1% | 37 | 19.5% | 70 | 36.8% | 71 | 37.4% | 8 | 4.2% | 3.22% |
| 4 | X1.4 | 4 | 2.1% | 39 | 20.5% | 69 | 36.3% | 71 | 37.4% | 7 | 3.7% | 3.2% |
| 5 | X1.5 | 0 | 0% | 30 | 15.8% | 50 | 26.3% | 102 | 53.7% | 8 | 4.2% | 3.46% |
| 6 | X1.6 | 0 | 0% | 27 | 14.2% | 60 | 31.6% | 90 | 47.4% | 13 | 6.8% | 3.46% |
| 7 | X1.7 | 0 | 0% | 5 | 2.6% | 18 | 9.5% | 153 | 80.5% | 14 | 7.4% | 3.92% |
| 8 | X1.8 | 0 | 0% | 6 | 3.2% | 35 | 18.4% | 136 | 71.6% | 13 | 6.8% | 3.82% |
| 9 | X1.9 | 0 | 0% | 26 | 13.7% | 75 | 39.5% | 72 | 37.9% | 17 | 8.9% | 3.42% |

| | | | | | | | | | | | | |
|-------------------------------------|-------|---|----|----|-------|----|-------|-----|-------|----|------|-------|
| 10 | X1.10 | 0 | 0% | 5 | 2.6% | 28 | 14.7% | 145 | 76.3% | 12 | 6.3% | 3.86% |
| 11 | X1.11 | 0 | 0% | 26 | 13.7% | 69 | 36.3% | 82 | 43.2% | 13 | 6.8% | 3.43% |
| 12 | X1.12 | 0 | 0% | 21 | 11.1% | 55 | 28.9% | 104 | 54.7% | 10 | 5.3% | 3.54% |
| 13 | X1.13 | 0 | 0% | 1 | 0.5% | 10 | 5.3% | 170 | 89.5% | 9 | 4.7% | 3.98% |
| 14 | X1.14 | 0 | 0% | 1 | 0.5% | 15 | 7.9% | 165 | 86.8% | 9 | 4.7% | 3.95% |
| 15 | X1.15 | 0 | 0% | 21 | 11.1% | 55 | 28.9% | 107 | 56.3% | 7 | 3.7% | 3.52% |
| 16 | X1.16 | 0 | 0% | 22 | 11.5% | 54 | 28.4% | 107 | 56.3% | 7 | 3.7% | 3.52% |
| 17 | X1.17 | 0 | 0% | 9 | 4.7% | 20 | 10.5% | 155 | 81.6% | 6 | 3.2% | 3.83% |
| 18 | X1.18 | 0 | 0% | 2 | 1.1% | 12 | 6.3% | 167 | 87.9% | 9 | 4.7% | 3.96% |
| 19 | X1.19 | 0 | 0% | 23 | 12.1% | 52 | 27.4% | 101 | 53.2% | 14 | 7.4% | 3.55% |
| 20 | X1.20 | 0 | 0% | 1 | 0.5% | 16 | 8.4% | 163 | 85.8% | 10 | 5.3% | 3.95% |
| 21 | X1.21 | 0 | 0% | 0 | 0% | 7 | 3.7% | 172 | 90.5% | 11 | 5.8% | 4.02% |
| Rata-rata Frekuensi untuk X1 = 3.52 | | | | | | | | | | | | |

Sumber: *Output SPSS 26* dioalah, 2021

Keterangan:

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa nilai mean tertinggi adalah item X1.21 dengan nilai 4.02 dan nilai terendah adalah item X1.4 dengan nilai 3.2. Item X1.21 sebagai nilai tertinggi dalam penyebaran kuesioner menunjukkan bahwa pelaksanaanya dilakukan dengan baik, sebaliknya item X1.4 menunjukkan bahwa dalam penyebaran kuesioner

dilakukan kurang baik. Jadi item X1.21 sebagai nilai tertinggi dalam penelitian ini menunjukkan dapat memberikan pengaruh dari variabel promosi dan item X1.4 sebagai nilai terendah sehingga menunjukkan kurang memberikan pengaruh dari variabel promosi. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa masyarakat relatif mengambil keputusan menabung di BPRS Lantabur Tebuireng melalui penjualan personal.

4.2.1.2 Kualitas Pelayanan (X2)

Terdapat 12 item pertanyaan yang diajukan kepada responden mengenai variabel Kualitas Pelayanan (X2). Berikut ini hasil rata-rata atau *mean* dari jawaban responden dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi item Kualitas Pelayanan (X2)

| No | Item | Jawaban Responden | | | | | | | | | | Mean |
|----|-------|-------------------|------|----|-------|-----|-------|-----|-------|----|-------|-------|
| | | STS | | TS | | RG | | S | | SS | | |
| | | F | % | F | % | F | % | F | % | F | % | |
| 1 | X2.1 | 0 | 0% | 0 | 0% | 3 | 1.6% | 165 | 86.8% | 22 | 11.5% | 4.1% |
| 2 | X2.2 | 0 | 0% | 1 | 0.5% | 8 | 4.2% | 160 | 84.2% | 21 | 11.1% | 4.05% |
| 3 | X2.3 | 0 | 0% | 7 | 3.7% | 19 | 10.0% | 150 | 78.9% | 14 | 7.4% | 3.9% |
| 4 | X2.4 | 1 | 0.5% | 32 | 16.8% | 93 | 48.9% | 143 | 75.3% | 10 | 5.3% | 5.08% |
| 5 | X2.5 | 0 | 0% | 10 | 5.3% | 27 | 14.2% | 143 | 75.3% | 10 | 5.3% | 3.80% |
| 6 | X2.6 | 1 | 0.5% | 39 | 20.5% | 100 | 52.6% | 40 | 21.1% | 10 | 5.3% | 3.1% |
| 7 | X2.7 | 1 | 0.5% | 40 | 21.1% | 94 | 49.5% | 43 | 22.6% | 12 | 6.3% | 3.13% |
| 8 | X2.8 | 0 | 0% | 1 | 0.5% | 10 | 5.3% | 170 | 89.5% | 9 | 4.7% | 3.98% |
| 9 | X2.9 | 1 | 0.5% | 34 | 17.9% | 89 | 46.8% | 59 | 31.1% | 7 | 3.7% | 3.19% |
| 10 | X2.10 | 0 | 0% | 4 | 2.1% | 14 | 7.4% | 164 | 86.3% | 8 | 4.2% | 3,92% |
| 11 | X2.11 | 0 | 0% | 5 | 2.6% | 20 | 10.5% | 160 | 84.2% | 5 | 2.6% | 3.92% |

| | | | | | | | | | | | | |
|-------------------------------------|-------|---|----|---|------|---|------|-----|-------|---|------|-------|
| 12 | X2.12 | 0 | 0% | 1 | 0.5% | 7 | 3.7% | 177 | 93.2% | 5 | 2.6% | 3.97% |
| Rata-rata Frekuensi untuk X2 = 3.84 | | | | | | | | | | | | |

Sumber: *Output SPSS26* dolah, 2021

Keterangan:

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa nilai mean tertinggi adalah item X2.2 dengan nilai 4.02 nilai terendah adalah item X2.6 dengan nilai 3,1. Item X2.2 sebagai nilai tertinggi dalam penyebaran kuesioner menunjukkan bahwa pelaksanaannya dilakukan dengan baik, sebaliknya item X2.6 menunjukkan bahwa dalam penyebaran kuesioner dilakukan kurang baik. Jadi item X2.2 sebagai nilai tertinggi dalam penelitian ini menunjukkan dapat memberikan pengaruh dari variabel Kualitas Pelayanan. Dan item X2.6 sebagai nilai terendah sehingga menunjukkan kurang memberikan pengaruh dari variabel Kualitas Pelayanan. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa masyarakat relatif mengambil keputusan pembelian tabungan tadhabur di BPRS Lantabur berdasarkan fasilitas dan kenyamanan yang diberikan.

4.2.1.3 Minat Menabung (Y)

Terdapat 5 item pertanyaan yang diajukan kepada responden mengenai variabel Minat Menabung (Y). berikut ini hasil dari rata-rata *mean* dari jawaban responden dapat dilihat ada tabel berikut:

Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Item Variabel Minat Menabung (Y)

| No | Item | Jawaban Responden | | | | | | | | | | Mean |
|----|------|-------------------|------|----|-------|----|-------|----|-------|----|------|------|
| | | STS | | TS | | RG | | S | | SS | | |
| | | F | % | F | % | F | % | F | % | F | % | |
| 1 | Y.1 | 3 | 1.6% | 68 | 35.8% | 77 | 40.5% | 29 | 15.3% | 13 | 6.8% | 2.9% |

| | | | | | | | | | | | | |
|------------------------------|-----|---|------|----|-------|----|-------|-----|-------|----|------|-------|
| 2 | Y.2 | 3 | 1.6% | 66 | 34.7% | 75 | 39.5% | 33 | 17.4% | 13 | 6.8% | 2.93% |
| 3 | Y.3 | 0 | 0% | 2 | 1.1% | 6 | 3.2% | 170 | 89.5% | 12 | 6.3% | 4.01% |
| 4 | Y.4 | 0 | 0% | 1 | 0.5% | 4 | 2.1% | 171 | 90.0% | 14 | 7.4% | 4.0% |
| 5 | Y.5 | 0 | 0% | 0 | 0% | 5 | 2.6% | 171 | 90.0% | 14 | 7.4% | 4.04% |
| Rata-rata Frekuensi Y1= 3.58 | | | | | | | | | | | | |

Sumber: *Output SPSS26* diolah, 2021

Keterangan:

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa nilai mean tertinggi adalah Y.5 dengan nilai 4.04 nilai terendahnya adalah item Y.1 dengan nilai 2.9. Item Y.5 sebagai nilai tertinggi dalam penyebaran kuesioner menunjukkan bahwa pelaksanaannya dilakukan dengan baik, sebaliknya item Y.1 menunjukkan bahwa dalam penyebaran kuesioner dilakukan kurang baik, jadi item Y.5 sebagai nilai tertinggi dalam penelitian ini menunjukkan dapat memberikan pengaruh dari variabel Minat Menabung. Dan item Y.1 sebagai nilai terendah sehingga menunjukkan kurang memberikan pengaruh dari variabel Minat Menabung. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa masyarakat dapat memenuhi kebutuhannya dengan mengambil keputusan pembelian tabungan tadhabur BPRS Lantabur Tebuireng karena bebas dari riba.

4.3 Uji Instrumen

4.3.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Berdasarkan hasil pengelolaan data dengan menggunakan *SPSS 26 for windows* dalam penelitian ini menunjukkan uji validitas dan uji reliabilitas sebagai berikut:

4.3.1.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk menguji apakah instrument penelitian benar-benar mampu mengukur kerangka penelitian (Sugiyono, 2012). Agar memperoleh nilai validitas pada kuesioner dan data, uji validitas dilakukan dengan cara mencermati indicator-indikator variabel. Untuk menguji valid atau tidaknya pernyataan yang akan diajukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel.

Dasar pengambilan keputusan:

- a. Apabila r hitung $>$ r tabel maka pernyataan valid.
- b. Apabila r hitung $<$ r tabel maka pernyataan tidak valid.

Hasil uji validitas yang dilakukan dengan bantuan program software SPSS 26 dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.8 Uji Validitas

| Variabel | Item | Nilai | | Keterangan |
|--------------|-------|----------|-----------------|------------|
| | | R hitung | R tabel (N=190) | |
| Promosi (X1) | X1.1 | 0.832 | 0.142 | Valid |
| | X1.2 | 0.826 | 0.142 | Valid |
| | X1.3 | 0.829 | 0.142 | Valid |
| | X1.4 | 0.824 | 0.142 | Valid |
| | X1.5 | 0.790 | 0.142 | Valid |
| | X1.6 | 0.799 | 0.142 | Valid |
| | X1.7 | 0.821 | 0.142 | Valid |
| | X1.8 | 0.829 | 0.142 | Valid |
| | X1.9 | 0.726 | 0.142 | Valid |
| | X1.10 | 0.823 | 0.142 | Valid |
| | X1.11 | 0.772 | 0.142 | Valid |
| | X1.12 | 0.813 | 0.142 | Valid |
| | X1.13 | 0.889 | 0.142 | Valid |
| | X1.14 | 0.830 | 0.142 | Valid |
| | X1.15 | 0.905 | 0.142 | Valid |

| | | | | |
|--------------------------------|-------|-------|-------|-------|
| | X1.16 | 0.819 | 0.142 | Valid |
| | X1.17 | 0.905 | 0.142 | Valid |
| | X1.18 | 0.905 | 0.142 | Valid |
| | X1.19 | 0.768 | 0.142 | Valid |
| | X1.20 | 0.876 | 0.142 | Valid |
| | X1.21 | 0.820 | 0.142 | Valid |
| Kualitas Pelayanan (X2) | X2.1 | 0.465 | 0.142 | Valid |
| | X2.2 | 0.358 | 0.142 | Valid |
| | X2.3 | 0.346 | 0.142 | Valid |
| | X2.4 | 0.810 | 0.142 | Valid |
| | X2.5 | 0.403 | 0.142 | Valid |
| | X2.6 | 0.810 | 0.142 | Valid |
| | X2.7 | 0.403 | 0.142 | Valid |
| | X2.8 | 0.319 | 0.142 | Valid |
| | X2.9 | 0.886 | 0.142 | Valid |
| | X2.10 | 0.886 | 0.142 | Valid |
| | X2.11 | 0.886 | 0.142 | Valid |
| | X2.12 | 0.148 | 0.142 | Valid |
| Minat Menabung (Y) | Y1 | 0.932 | 0.142 | Valid |
| | Y2 | 0.895 | 0.142 | Valid |
| | Y3 | 0.485 | 0.142 | Valid |
| | Y4 | 0.468 | 0.142 | Valid |
| | Y5 | 0.315 | 0.142 | Valid |

Sumber: *Output SPSS 26* diolah, 2021

Uji validitas dapat diukur dengan membandingkan nilai korelasi masing-masing indikator dengan nilai r tabel. Berdasarkan tabel 4.8 diatas, uji validitas menunjukkan bahwa keseluruhan item yang digunakan sebagai alat ukur variabel Promosi (X1), Kualitas Pelayanan (X2), dan Minat Menabung (Y) adalah valid. Hal ini dapat diperjelas bahwa r hitung > r tabel (0.142) dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua item dalam indikator variabel-variabel dalam penelitian ini adalah valid.

4.3.1.2 Uji Reliabilitas

Dalam uji reliabilitas ini kuesioner dapat dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach alpha* > 0,60, begitu sebaliknya jika *Cronbach alpha* < 0,60 maka

kuesioner tidak dikatakan reliabel (Sujarweni dan Endrayanto, 2012:57). Jadi dasar-dasar pengambilan keputusannya adalah:

- a. Hasil *Cronbach alpha* > 0,60 = reliabel
- b. Hasil *Cronbach alpha* < 0,60 = tidak reliabel

Tabel 4.9 Uji Reliabilitas

| Variabel | Cronbach's Alpha | Standar Nilai | Keterangan |
|-------------------------|------------------|---------------|------------|
| Promosi (X1) | 0.977 | 0,60 | Reliabel |
| Kualitas Pelayanan (X2) | 0.880 | 0,60 | Reliabel |
| Minat Menabung (Y) | 0.680 | 0,60 | Reliabel |

Sumber: *Output SPSS 26* diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.9 diatas dapat diketahui bahwa nilai *Cronbach alpha* pada variabel Promosi (X1), Kualitas Pelayanan (X2), Minat Menabung (Y) lebih besar dari 0.60. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hasil keseluruhan variabel adalah reliabel.

4.3.2 Uji Asumsi Klasik

Dalam Menurut Sugiyono (2012:80) uji asumsi klasik harus dipenuhi untuk mendapatkan hasil model regresi yang baik. Adapun uji asumsi klasik meliputi:

4.3.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel masing-masing dikatakan normal atau tidak (Ghozali, 2013). Uji normalitas penting digunakan dikarenakan untuk mengetahui valid tidaknya suatu data dengan harapan hasil dari pengujian dikatakan

valid. Pada pengujian dalam uji normalitas metode yang digunakan adalah *Kolmogorov Smirnov* yang dapat dikatakan apabila nilai berdistribusi normal maka nilai signifikan $> 0,05$ dan jika tidak normal maka $< 0,05$. Berikut merupakan tabel hasil pemaparan dari uji normalitas menggunakan metode Kolmogorof Smirnov antara lain sebagai berikut:

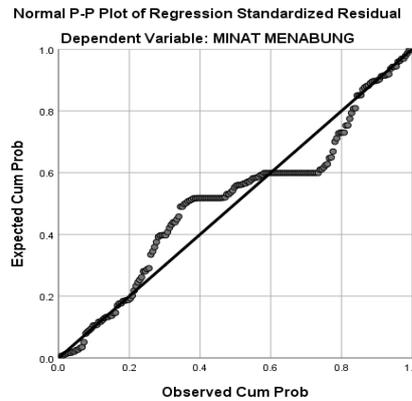
Tabel 4.10
Uji Normalitas

| One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test | | |
|-------------------------------------------|----------------|-------------------------|
| | | Unstandardized Residual |
| N | | 190 |
| Normal Parameters ^{a,b} | Mean | .0000000 |
| | Std. Deviation | 1.75166787 |
| Most Extreme Differences | Absolute | .148 |
| | Positive | .137 |
| | Negative | -.148 |
| Test Statistic | | .148 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | .000 ^c |
| a. Test distribution is Normal | | |
| b. Calculated from data | | |
| c. Lilliefors Significance Correction | | |

Sumber: *Output SPSS 26* diolah: 2021

Pada gambar 4.10 diatas nilai *Asym.Sig* (2-tailed) 0.000 dapat dikatakan bahwasannya nilai signifikan tersebut lebih besar dari 0.05 selain itu data tersebut berdistribusi normal.

Gambar 4.10 Normal Probability Plot



Sumber: *Output SPSS26* diolah, 2021

Dari gambar diatas, dapat diketahui bahwa persebaran titik-titik mengikuti garis diagonal, maka distribusi persebaran diatas dapat dikatakan normal. Sehingga bisa disimpulkan bahwa model regresi berdistribusi normal dan sesuai dengan uji normalitas.

4.3.2.2 Uji Heterokedastisitas

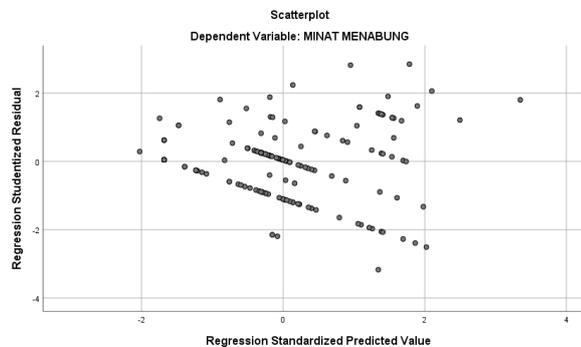
Uji Heterokedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varians dari residual satu pengamatan ke engamatan lain tetap, maka disebut heterokedastisitas. Metode yang digunakan untuk menentukan ada atau tidaknya gejala heterokedastisitas adalah melalui grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (DEPENDENT) dengan residualnya (ZPRED). Ada tidaknya gejala heterokedastisitas dapat diketahui dengan dua hal, antara lain:

- a. Jika pencaran data yang berupa titik-titik membentuk pola tertentu dan beraturan, maka terjadi masalah heterokedastisitas.

- b. Jika pencaran data berupa titik-titik tidak membentuk pola tertentu dan menyebar diatas dan dibawah sumbu Y, maka tidak terjadi masalah heterokedastisitas.

Adapun grafik hasil pengujian heterokedastisitas menggunakan *SPSS 26* dapat dilihat pada gambar dibawah ini:

Gambar 4.11 Uji Heteroskedastisitas



Sumber: *Output SPSS 26* diolah: 2021

Pada gambar 4.2 diatas, dapat diketahui bahwasannya titik-titik penyebaran data diatas menyebar secara keseluruhan mulai dari atas sampai bawah, dan tidak membentuk pola atau gambar tertentu sehingga dapat dikatakan atau disimpulkan pada penelitian ini tidak terjadi heterokedastisitas.

4.3.2.3 Uji Multikolinearitas

Dalam uji ini memiliki tujuan agar dapat menguji apakah model regresi yang digunakan menunjukkan adanya korelasi antara variabel independen, model regresi dikatakan baik yang mana apabila tidak terjadi korelasi antar variabel independen. Untuk menilai ada atau tidaknya sebuah multikolinearitas didalam model regresi yakni

apabila R^2 yang dihasilkan oleh estimasi model regresi empiris sangat tinggi, yang dapat ditinjau dari *Variance Inflation Factor* (VIF) dan nilai *tolerance*, Ghozali, (2011:105):

VIF : tidak terjadi multikolinearitas apabila lebih kecil dari 10

: terjadi multikolinearitas apabila lebih besar dari 10

Tolerance : tidak terjadi multikolinearitas apabila lebih besar dari 0,1

: terjadi multikolinearitas apabila lebih kecil dari 0,1

Dalam penelitian ini mengidentifikasi ada atau tidaknya multikolinearitas menggunakan bantuan program SPSS 26 sebagai berikut:

Tabel 4.12 Uji Multikolinearitas

| Variabel | Collinearity Statistics | | Keterangan |
|-------------------------|-------------------------|-------|---------------------------------|
| | Tolerance | VIF | |
| Promosi (X1) | 0,613 | 1,632 | Tidak terjadi multikolinearitas |
| Kualitas Pelayanan (X2) | 0,613 | 1,632 | Tidak terjadi multikolinearitas |

Sumber: *Output SPSS 26* diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.12 diatas, diketahui nilai tolerance lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF keseluruhan variabel bebas lebih kecil dari 10. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa kedua variabel bebas

promosi (X1), kualitas pelayanan (X2) diindikasikan tidak saling berkorelasi atau tidak terjadi multikolinearitas, sehingga dapat digunakan dalam penelitian selanjutnya.

4.3.2.4 Uji Linieritas

Uji linieritas sebagai penentu apakah ada dua variabel atau lebih memiliki hubungan linier yang signifikan atau tidak. Dalam kriterianya jika nilai sig < 0,05 dimana hasil digunakan untuk membuat keputusan dalam menentukan model regresi yang akan digunakan dengan tepat.

Tabel 4.13
Uji Linearitas pada Variabel Promosi (X1)

| | | | Sum of Square | Df | Mean Square | F | Sig |
|-----------------------------|----------------|--------------------------|---------------|-----|-------------|--------|------|
| Minat menabung * Promosi | Between Groups | (Combined) | 345.431 | 34 | 10.160 | 3.120 | .000 |
| | | Linearity | 167.830 | 1 | 167.830 | 51.545 | .000 |
| | | Deviation from Linearity | 177.601 | 33 | 5.382 | 1.653 | .022 |
| | Within Groups | | 504.679 | 155 | 3.256 | | |
| | Total | | 850.111 | 189 | | | |

Sumber: *Output SPSS 26* diolah, 2021

Pada tabel 4.13 uji linearitas pada variabel promosi mendapatkan nilai signifikan *linearity* sebesar $0,000 < 0,05$. Sedangkan untuk nilai signifikan dari *Deviation from Linearity* sebesar $0,022 > 0,05$. Artinya antara variabel promosi terhadap minat menabung keduanya berada pada posisi linear.

Tabel 4.14
Uji Linearitas pada Variabel Kualitas Pelayanan (X2)

| | | | Sum of Squares | Df | Mean Square | F | Sig |
|----------------------------------------|----------------|--------------------------|----------------|-----|-------------|--------|------|
| Minat menabung * Kualitas Pelayanan | Between Groups | (Combined) | 476.627 | 22 | 21.665 | 4.970 | .000 |
| | | Linearity | 320.134 | 1 | 320.134 | 73.435 | .000 |
| | | Deviation from Linearity | 156.493 | 21 | 7.452 | 1.709 | .034 |
| | Within Groups | | 728.026 | 167 | 4.359 | | |
| | Total | | 1204.653 | 189 | | | |

Sumber: *Output SPSS 26* diolah, 2021

Pada tabel 4.14 uji linearitas pada variabel kualitas pelayanan mendapatkan nilai signifikan *linearity* sebesar $0,000 < 0,05$. Sedangkan untuk nilai signifikan dari *Deviation from Linearity* sebesar $0,034 > 0,05$. Artinya antara variabel kualitas pelayanan terhadap minat menabung keduanya berada pada posisi linear.

4.3.2.5 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh Promosi (X1), Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Minat Menabung terhadap minat masyarakat menabung di BPR Syariah Lantabur Tebuireng Jombang. Analisis regresi ini dimaksudkan untuk mengetahui perubahan nilai dari variabel terikat karena adanya perubahan variabel bebas. Hasil perhitungan menggunakan program SPSS 26 dapat dilihat secara keseluruhan pada tabel berikut ini:

Tabel 4.15 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

| Coefficients ^a | | | | | | |
|----------------------------------------|-------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. |
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 5.967 | .804 | | 7.419 | .000 |
| | Promosi (X1) | .113 | .804 | .533 | 5.874 | .000 |
| | Kualitas Pelayanan (X2) | .108 | .035 | .277 | 3.045 | .003 |
| Dependent Variabel: Minat Menabung (Y) | | | | | | |

Sumber: *Output SPSS 26* diolah, 2021

Berdasarkan tabel diatas, persamaan regresi nier berganda pada kolom *Coefficients* terdapat nilai *Constant* sebesar 5.967 dan nilai koefisien arah regresi X_1 0,113, X_2 sebesar 0,108. Maka dapat dibentuk persamaan regresi yaitu:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$Y = 5.967 + 0,113 X_1 + 0,108 X_2 + e$$

Dari persamaan diatas dapat ditarik penjelasan sebagai berikut:

- a. Konstanta dari persamaan regresi linier berganda didapatkan hasil sebesar 5.967. artinya jika variabel Minat Menabung (Y) tidak dipengaruhi oleh varibel Promosi (X1), Kualitas Pelayanan (X2), maka besarnya Minat Menabung (Y) sebesar 5.967.
- b. Koefisien regresi Promosi (X1) sebesar 0,113 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 point Promosi (X1) akan meningkatkan minat menabung sebesar 0,113 dengan anggapan kualitas pelayanan (X2) tetap.

- c. Koefisien regresi Kualitas Pelayanan (X2) sebesar 0,108 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 kualitas pelayanan (X2) akan meningkatkan minat menabung sebesar 0,108 dengan anggapan promosi (X1) tetap.

Tabel 4.16 Hasil Signifikan

| Variabel | Nilai Signifikan | Hasil |
|-------------------------|------------------|------------|
| Promosi (X1) | 0.000 | Signifikan |
| Kualitas Pelayanan (X2) | 0.003 | Signifikan |

Sumber: *Output SPSS 26* diolah, 2021

H1: Promosi (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menabung (Y) Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa nilai t hitung sebesar 5,874, sehingga dapat disimpulkan bahwa t hitung lebih besar dari t tabel sebesar 1,972 ($5,874 > 1,972$). Dengan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa Promos (X1) berpengaruh signifikan dan positif terhadap Minat Menabung (Y). Selain itu, dapat diketahui bahwa variabel Promosi (X1) memiliki nilai signifikan sebesar 0,000 dan dibawah 0,05, sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya bahwa Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menabung.

H2: Kualitas Pelayanan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menabung (Y)

Berdasarkan tabel diatas menunjukan bahwa nilai t hitung sebesar 3.045, sehingga dapat disimpulkan bahwa t hitung lebih besar dari t tabel sebesar 1,972 ($3.045 > 1,972$). Dengan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan (X2) berpengaruh signifikan dan positif terhadap Minat

Menabung (Y). Selain itu dapat diketahui bahwa variabel Kualitas Pelayanan memiliki nilai signifikan sebesar 0,003 dan dibawah 0,05, sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menabung.

4.3.3 Pengujian Hipotesisi

4.3.3.1 Uji T (Parsial)

Pada uji parsial atau uji t digunakan untuk mengetahui masing-masing variabel independent yang mempengaruhi variabel dependen secara signifikan (Ghozali, 2013). Dalam uji t memiliki ketentuan dimana membandingkan antara t-hitung dengan t-tabel. Jika $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ maka H_0 diterima yaitu variabel independent tidak berpengaruh terhadap variabel dependent. Jika $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ maka H_0 ditolak yaitu variabel independent berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependent. Berikut merupakan hasil pemaparan dari uji t atau uji parsial:

Tabel 4.17 Uji t (Parsial)

| Coefficients ^a | | | | | | |
|---------------------------|-------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. |
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 5.967 | .804 | | 7.419 | .000 |
| | Promosi (X1) | .113 | .804 | .533 | 5.874 | .000 |
| | Kualitas Pelayanan (X2) | .108 | .035 | .277 | 3.045 | .003 |

| |
|----------------------------------------|
| Dependent Variabel: Minat Menabung (Y) |
|----------------------------------------|

Sumber: *Output SPSS 26* diolah, 2021

Pada tabel 4.17 diketahui bahwasanya hasil pada uji T_{hitung} masing-masing variabel dalam pemaparan sebagai berikut:

1) Pengaruh antara Promosi terhadap Minat Menabung

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwasannya nilai T_{hitung} yang diperoleh sebesar 5,874 dengan nilai T_{tabel} sebesar 1,972. Hal tersebut menunjukkan bahwasanya nilai T_{hitung} $5,874 > T_{tabel}$ 1,972 dan nilai sig $0.000 < 0,05$. Dapat dikatakan H_0 ditolak dan H_a diterima yang memiliki kesimpulan Promosi berpengaruh terhadap Minat Menabung.

2) Pengaruh antara Kualitas Pelayanan terhadap Minat Menabung

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwasannya nilai T_{hitung} yang diperoleh sebesar 3.045 dengan nilai T_{tabel} sebesar 1,972. Hal tersebut menunjukkan bahwasanya nilai T_{hitung} $3.045 > T_{tabel}$ 1,972 dan nilai sig $0.003 < 0,05$. Dapat dikatakan H_0 ditolak dan H_a diterima yang memiliki kesimpulan Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Minat Menabung.

4.3.3.2 Uji F (Simultan)

Menurut Pardede (2014:28), uji f data digunakan untuk menguji pengaruh secara simultan variabel bebas terhadap variabel terikatnya (Y). jika variabel bebas memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel terikatnya (Y). Uji ini dilakukan dengan membandingkan signifikansi nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka model yang dirumuskan sudah tepat. Jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka dapat diartikan bahwa model regresi sudah tepat artinya pengaruh secara bersama, dengan melihat nilai $F_{tabel} = f(k; n - k)$, $F = (2; 190-2)$, $F_{tabel} = (2;188) = 3,04$ dengan tingkat kesalahan 5%. Uji F yang dilakukan dapat dilihat pada tabel 4.18 dibawah ini:

Tabel 4.18 Uji F (simultan)

| ANOVA | | | | | | |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|----------------|-----|-------------|---------|-------------------|
| Model | | Sum of Squares | Df | Mean Square | F | Sig. |
| 1 | Regression | 375.426 | 2 | 197.713 | 150.450 | .000 ^b |
| | Residual | 233.316 | 187 | 1.248 | | |
| | Total | 608.742 | 189 | | | |
| a. Dependen Variable: Minat Menabung (Y) b. Predictors: Kualitas Pelayanan (X2), Promosi (X1) | | | | | | |

Sumber: *output SPSS26* diolah, 2021

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel ini nilai F_{hitung} sebesar 150,450 dengan nilai F_{tabel} 3,04 sehingga nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $150,450 > 3,04$, dan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, dapat disimpulkan bahwa variabel Promosi (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) secara bersamaan berpengaruh

signifikan terhadap minat menabung masyarakat di BPR Syariah Lantabur Tebuireng Jombang.

4.3.3.3 Uji Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) yang dinamakan juga R square merupakan indikator yang digunakan untuk mengukur seberapa besar kemampuan variabel independen yang dapat menjelaskan variabel dependen (Ghozali, 2013). Nilai R square yang kecil menunjukkan kemampuan pada variabel-variabel independent ke variabel dependent sangat terbatas atau kecil dan sisanya dijelaskan oleh variabel lainnya. Nilai koefisien determinasi bahwasanya nilai $0 < R^2 < 1$ yang memiliki arti nilai R^2 mendekati nilai 1 maka dapat disimpulkan bahwa variabel independent mampu menjelaskan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependent (Ghozali, 2013).

Berdasarkan hasil pengelolaan data dengan menggunakan program *SPSS 26* dalam penelitian ini menunjukkan hasil dari koefisien determinasi (R^2) adalah sebagai berikut:

Tabel 4.19 Hasil Uji Determinasi (R^2)

| Model Summary^b | | | | |
|----------------------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the estimate |
| 1 | .785 ^a | .617 | .613 | 1.117 |

| |
|-------------------------------------------------------|
| a. Predictors: (Contant), Kualitas Pelayanan, Promosi |
| b. Dependent Variable: Minat Menabung |

Sumber: *Output SPSS 26* diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.19 diatas output SPSS model summary diketahui besarnya R^2 adalah 0,617 yang berarti sebanyak 61,7% variasi variabel minat menabung (Y) dapat dijelaskan oleh kedua variabel independen yakni Promosi (X1), Kualitas Pelayanan (X2), sedangkan sisanya ($100\% - 61,7\% = 38,3\%$) dijelaskan oleh variabel lain.

4.4 Pembahasan

4.4.1 Pengaruh Promosi Terhadap Minat Menabung

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang telah dilakukan ternyata terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel promosi terhadap minat menabung masyarakat. Hal ini berarti bahwa konsumen akan memilih bank yang melakukan penjualan langsung kepada masyarakat, sehingga sangat berpengaruh pada tingkat kenaikan peminat nasabah di BPR Syariah Lantabur Tebuireng Jombang.

Hipotesis satu menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan antara promosi dan minat menabung masyarakat yang dapat didukung oleh hasil penelitian. Hasil penelitian (Sarwita, 2017) yang didapatkan dengan hasil positif dan signifikan terhadap promosi terhadap keputusan nasabah dalam menabung. Hasil penelitian ini sejalan dengan teori (Kotler & Philip, 2007) yang menyatakan bahwa promosi merupakan

kegiatan yang mengkomunikasikan manfaat dari sebuah produk dan membujuk target atau konsumen untuk membeli produk tersebut. Hasil penelitian ini juga sesuai dengan teori Stansons yang menyatakan bahwa promosi adalah kombinasi strategi yang paling baik dari variabel-variabel periklanan, penjualan personal dan alat promosi yang lain, yang semuanya direncanakan untuk mencapai tujuan program penjualan.

Promosi dilakukan BPR Syariah Lantabur Tebuireng Jombang baik dalam bentuk periklanan diperbolehkan tetapi dalam melakukan promosi atau periklanan yang tidak diperbolehkan atau tidak dibenarkan apabila terdapat hal-hal yang dilebih-lebihkan dan terdapat unsur penipuan yang dapat merugikan orang lain. Promosi dalam dunia perbankan tidak hanya sebagai media dari perusahaan untuk memperkenalkan produk maupun jasanya tetapi juga sebagai media silaturahmi antara bank dan nasabah.

Sebagaimana promosi yang dianjurkan yaitu promosi yang mengandung transparansi, kejujuran dan apa adanya. Allah SWT berfirman pada surah Al Syu'ara ayat 183:

وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْنُوا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ ۚ - ١٨٣

Artinya:

Dan janganlah kamu merugikan manusia dengan mengurangi hak-haknya dan janganlah membuat kerusakan di bumi

BPR Syariah dengan gencarnya melakukan promosi baik berupa iklan, personal selling dan bentuk promosi lainnya sehingga memberikan

informasi yang diharapkan dan yang dibutuhkan oleh nasabah atau masyarakat. Hal ini dapat disimpulkan bahwa semakin baik dan menarik promosi yang dilakukan BPR Syariah Lantabur Tebuireng Jombang maka semakin meningkat minat menabung masyarakat untuk menjadi nasabah di BPR Syariah Lantabur Tebuireng Jombang.

4.4.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang telah dilakukan ternyata terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel kualitas pelayanan terhadap minat menabung masyarakat. Hal ini berarti konsumen akan tetap memilih bank yang kualitas pelayanannya diutamakan dan sesuai dengan kemauan masyarakat, sehingga sangat berpengaruh terhadap minat menabung di BPR Syariah Lantabur Tebuireng Jombang.

Hipotesis kedua yang diajukan dalam penelitian ini adalah bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat menabung, artinya dengan kualitas pelayanan yang tinggi maka nasabah akan tetap memilih menabung di tabungan tadhatur (tabungan mudharabah lantabur). Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian (Aisyah & Riyadi, 2020) didapatkan hasil yang positif dan signifikan antara kualitas layanan terhadap minat menabung masyarakat. Hasil penelitian ini sejalan dengan teori (Malayu, 2007) yang menyatakan bahwa pelayanan merupakan kegiatan pemberian jasa dari satu pihak ke pihak lainnya. Pelayanan yang baik adalah pelayanan yang dilakukan secara ramah tamah, adil, cepat,

tepat, dan dengan etika yang baik sehingga memenuhi kebutuhan dan kepuasan bagi yang menerimanya.

Konsep kualitas pelayanan BPR Syariah Lantabur sudah menerakan nilai-nilai islami yang selalu diterapkan dalam melayani nasabah dengan harapan dapat memberikan pelayanan yang maksimal sehingga nasabah dapat merasa puas. Memberikan pelayanan yang terbaik kepada umat manusia adalah pekerjaan yang sangat mulia dan merupakan intu kebaikan bagi siapa saja yang mau melakukannya. Allah SWT berfirman dalam surah Al-Maidah: 2

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَحْلُوا شَعَائِرَ اللَّهِ وَلَا الشَّهْرَ الْحَرَامَ وَلَا الْهَدْيَ وَلَا الْقَلَائِدَ وَلَا
أَمِينَ الْبَيْتِ الْحَرَامِ يَبْتَغُونَ فَضْلًا مِّن رَّبِّهِمْ وَرِضْوَانًا وَإِذَا حَلَلْتُمْ فَاصْطَادُوا وَلَا
يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَا نُ قَوْمٍ أَن صَدُّوكُمْ عَنِ الْمَسْجِدِ الْحَرَامِ أَن تَعْتَدُوا وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ
وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ - ٢

Artinya:

Wahai orang-orang yang beriman, Janganlah kamu melanggar syiar-syiar kesucian Allah, dan jangan (melanggar kehormatan) bulan-bulan haram, jangan (mengganggu) hadyu (hewan-hewan kurban) dan qala'id (hewan-hewan kurban yang diberi tanda), dan jangan (pula) mengganggu orang-orang yang mengunjungi Baitulharam; mereka mencari karunia dan keridaan Tuhannya. Tetapi apabila kamu telah menyelesaikan ihram, maka bolehlah kamu berburu. Jangan sampai kebencian(mu) kepada suatu kaum karena mereka menghalang-halangi dari Masjidilharam, mendorongmu berbuat melampaui batas (kepada mereka). Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan permusuhan. Bertakwalah kepada Allah, sungguh, Allah sangat berat siksaan-Nya.

Sesuai dengan firman Allah SWT dalam potongan surah Al-Maidah, islam mengajarkan bila ingin memberikan hasil usaha baik berupa barang

maupun pelayanan hendaknya memberikan yang berkualitas jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas kepada orang lain. Apabila pelaku bisnis tidak mampu memberikan rasa aman dan nyaman dengan kelemahan lembutan maka pelanggan dapat beralih ke perusahaan lain. Pelaku bisnis harus menghilangkan sikap keras hati dan harus memiliki sifat pemaaf dalam memberikan pelayanan kepada nasabah. Hal tersebut dilakukan agar nasabah merasa nyaman dan terhindar dari rasa takut dan tidak percaya dari pelayanan yang diberikan. Berdasarkan uraian diatas, diketahui bahwa promosi yang dilakukan oleh BPR Syariah Lantabur Tebuireng Jombang sudah sangat baik karena dapat menarik minat nasabah untuk menggunakan produk tabungan di BPR Syariah Lantabur yang dditawarkan oleh BPR Syariah Lantabur Tebuireng Jombang dan kualitas pelayanan BPR Syariah Lantabur sudah dapat memberikan rasa puas kepada nasabah. Sehingga nasabaah atau responden tetap ingin menjadi nasabah di BPR Syariah Lantabur Tebuireng.

4.4.3 Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Secara Simultan Terhadap Minat Menabung

Berdasarkan hasil uji f diperoleh nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Artinya promosi dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap minat menabung masyarakat di BPR Syariah Lantabur Tebuireng Jombang. Untuk nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0.617 artinya variabel promosi (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) mempengaruhi variabel minat menabung (Y) sebesar 61,7% sedangkan

sisanya dipengaruhi oleh variabel lain diluar model. Dapat disimpulkan bahwa variabel promosi dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat menabung semakin baik promosi dan kualitas pelayanan yang dilakukan BPR Syariah Lantabur Tebuireng Jombang, maka minat menabung akan semakin meningkat juga.

Konsep promosi yang dilakukan BPR Syariah Lantabur Tebuireng sesuai yang dilakukaan oleh Nabi Muhammad SAW. Nabi Muhammad dalam menjual tidak pernah melebih-lebihkan produk dengan maksud untuk memikat pembeli Nabi Muhammad SAW dengan tegas menyatakan bahwa seorang penjual harus menjauhkan diri dari sumpah-sumpah yang berlebihan dalam menjual suatu barang. Kalaupun ada yang bersumpah, Nabi Muhammad SAW menyarankan oraang itu untuk tidak melakukan sumpah tersebut secara berlebihan (Ghunara & Sudiby, 2008).

Adapun promosi yang dilakukan BPR Syariah Lantabur tidak menggunakan sumpah palsu, tidak menyamakan kondisi produk yang ditawarkan, dan tidak melebih lebihkan keadaan produk. Sehingga minat menabung masyarakat dapat timbul karena tertarik dan percaya dengan promosi yang dilakukan oleh BPR Syariah Lantabur Tebuireng Jombang.

Kualitas Pelayanan BPR Syariah Lantabur sudah menerapkan nilai-nilai islami yang sesuai diterapkan dalam melayani nasabah maupun calon nasabah dengan harapan dapat memberikan pelayanan yang maksimal sehingga nasabah dapat merasa puas. Memberikan pelayanan terbaik

kepada umat manusia adalah pekerjaan yang mulia dan merupakan pintu kebaikan bagi siapa saja yang mau melakukannya. Allah SWT berfirman dalam potongan surah Al-Maidah: 2 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَحِلُّوا شَعَابِرَ اللَّهِ وَلَا الشَّهْرَ الْحَرَامَ وَلَا الْهَدْيَ وَلَا الْقَلَائِدَ وَلَا
أَمِينَ الْبَيْتِ الْحَرَامِ يَبْتَغُونَ فَضْلًا مِّن رَّبِّهِمْ وَرِضْوَانًا وَإِذَا حَلَلْتُمْ فَاصْطَادُوا وَلَا
يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَا نُ قَوْمٍ أَن صَدُّوكُمْ عَنِ الْمَسْجِدِ الْحَرَامِ أَن تَعْتَدُوا وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ
وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ - ٢

Artinya:

Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu melanggar syiar-syiar kesucian Allah, dan jangan (melanggar kehormatan) bulan-bulan haram, jangan (mengganggu) hadyu (hewan-hewan kurban) dan qala'id (hewan-hewan kurban yang diberi tanda), dan jangan (pula) mengganggu orang-orang yang mengunjungi Baitulharam; mereka mencari karunia dan keridaan Tuhannya. Tetapi apabila kamu telah menyelesaikan ihram, maka bolehlah kamu berburu. Jangan sampai kebencian(mu) kepada suatu kaum karena mereka menghalang-halangi kamu dari Masjidilharam, mendorongmu berbuat melampaui batas (kepada mereka). Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan permusuhan. Bertakwalah kepada Allah, sungguh, Allah sangat berat siksaan-Nya.

Sesuai dengan firman Allah SWT dalam potongan surah Al-Maidah:2, Islam mengajarkan bila ingin memberikan hasil usaha yang baik berupa barang maupun pelayanan hendaknya memberikan yang berkualitas jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas kepada orang lain. Berdasarkan uraian diatas, diketahui bahwa promosi yang dilakukan BPR Syariah Lantabur Tebuireng sudah sangat baik karena dapat menarik minat menabung masyarakat untuk menggunakan produk tabungan tadhabur yang diatawarkan oleh BPR Syariah Lantabur dan kualitas pelayanan BPR Syariah Lantabur sudah dapat memberikan rasa puas kepada masyarakat atau calon nasabah. Sehingga calon nasabah atau responden tetap ingin menjadi nasabah dari taabungan tadhabur.

BAB V

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terkait dengan “Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Menabung Masyarakat di BPR Syariah Lantabur Tebuireng Jombang” yang dimulai dari tahap pengumpulan data, pengolahan data, dan analisis data, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

5.1 Kesimpulan

1. Promosi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung masyarakat di BPR Syariah Lantabur Tebuireng Jombang. Hal ini membuktikan bahwa pemasaran produk-produk sangat mempengaruhi calon nasabah dalam berminat untuk menabung di BPR Syariah Lantabur Tebuireng Jombang.
2. Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung masyarakat di BPR Syariah Lantabur Tebuireng Jombang. Hal ini membuktikan bahwa kualitas pelayanan yang sangat bagus juga sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Dengan kualitas pelayanan yang baik maka calon nasabah akan berminat untuk menjadi nasabah di BPR Syariah Lantabur Tebuireng Jombang.
3. Secara simultan variabel Promosi dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung masyarakat di BPR Syariah Lantabur Tebuireng Jombang, hal ini dibuktikan berdasarkan pengujian menggunakan SPSS 26 dengan nilai F_{hitung} sebesar 150.450 dengan nilai F_{tabel} 3.04 yang artinya $F_{hitung} > F_{tabel}$, dan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ dapat disimpulkan bahwa variabel promosi dan kualitas

pelayanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung masyarakat di BPR Syariah Lantabur Tebuireng Jombang. Sedangkan untuk nilai Koefisien Determinasi (R^2) sebesar 0.617 yang artinya kedua variabel independen mempengaruhi variabel dependen sebesar 61,7%, sedangkan sisanya 38,3% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka saran yang dapat diajukan adalah sebagai berikut:

1. Bagi BPR Syariah Lantabur Tebuireng Jombang

- Perusahaan dapat menjelaskan kepada nasabah/masyarakat mengenai keuntungan yang didapatkan dengan menabung pada tabungan tadhabur di BPR Syariah Lantabur Tebuireng Jombang, sehingga nasabah bisa menginformasikan kepada keluarga atau temannya dan perlu dilakukan pemberian hadiah kepada nasabah melalui penarikan undian Tabungan Tadhabur yang dilakukan setiap 1 kali dalam setahun dengan memberikan hadiah yang menarik nasabah untuk menabung dan menyarankan temannya untuk menjadi nasabah tabungan tadhabur.
- Variabel yang mempunyai pengaruh paling tinggi adalah promosi. Oleh karena itu, kegiatan promosi untuk memperkenalkan perbankan syariah harus lebih ditingkatkan agar masyarakat banyak yang mengetahui bank syariah untuk menarik minat nasabah BPR

Syariah Lantabur Tebuireng Jombang dalam menjaga efektifitas perbankan syariah.

- Meskipun promosi merupakan factor yang paling banyak berpengaruh tetapi perusahaan juga harus memperhatikan faktor lain seperti kualitas pelayanan yang secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan dalam menarik minat menabung nasabah. Serta pelayanan juga harus lebih ditingkatkan.
- Kualitas pelayanan mempengaruhi minat menabung masyarakat menggunakan produk BPR Syariah Lantabur Tebuireng Jombang, maka dari itu diharapkan bank mampu menjaga image perusahaan agar persepsi dan keyakinan nasabah atau konsumen terhadap BPR Syariah Lantabur Tebuireng tetap terjaga.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

- Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambahkan variabel lain yang mempengaruhi Minat Menabung Masyarakat, misalnya seperti produk-produk dalam BPR Syariah Lantabur Tebuireng Jombang. Selanjutnya dapat meneliti variabel dependen lainnya seperti loyalitas nasabah. Hal tersebut bertujuan agar penelitian yang dilakukan peneliti selanjutnya bisa bermanfaat bagi perusahaan.
- Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambahkan jumlah sampel untuk mendapatkan hasil yang lebih baik dan akurat.
- Peneliti menyarankan kepada peneliti selanjutnya agar dapat melakukan penelitian lebih lanjut mengenai faktor diluar variabel

yang diteliti seperti kualitas produk dan promosi terhadap minat nasabah menabung.

- Peneliti menyarankan kepada peneliti selanjutnya agar dapat menggunakan teori-teori baru yang relevan karena teori akan mengalami perubahan dan perkembangan seiring berjalannya waktu.

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, S., & Riyadi, Y. A. (2020). Pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap minat menabung masyarakat kelurahan siranindi di bank Muamalat Indonesia Palu Sulawesi Tengah.
- Al Arif, M. N. R. (2012). Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah. Alfabeta.
- Almadea, R. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Merek Terhadap Kepuasan Nasabah. 4.
- Anastasia Diana, F. T. (2015). Pelanggan Puas? Tak Cukup. Andi.
- Antonio, M. S. (2015). Bank Islam: Dari Teori ke Praktik. Gema Insani.
- Aziz, N., & Hendrastyo, V. S. (2019). Pengaruh kualitas layanan, kepercayaan dan promosi terhadap minat nasabah menabung pada Bank BRI Syariah cabang karang ulak kota padang.
- Bawono, B., Anton, A., Shina, S., & Arya, I. (2018). Ekonometrik Terapan Untuk Ekonomi dan Bisnis Islam Aplikasi dengan Eviews. Lp2m Salatiga.
- Bilal Barsah, M., & Al Hifni, G. (2019). UAE islamic banking promotional strategis: An empirical review. <https://doi.org/10.1108/JIMA-10-2018-0205>
- Burhanuddin, B. (2016). Pengaruh perilaku konsumen terhadap kepuasan pembelian ponsel samsung pada karyawan rumah sakit daerah dr. Doris silvanus pangkalan raya. STIE Palangkaraya, 3 No.6.
- Cahyani, A. F. (2013). Pengaruh Persepsi Bunga Bank dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Pada Bank BNI Syariah.
- Dadang Sunendar, I. (2011). Strategi Pembelajaran Bahasa (Cetakan ke 3). Rosda.
- dkk, A. M. M. (1999). Kamus besar bahasa Indonesia. Balai Pustaka.
- Eka Suhartini. (2012). Kualitas Pelayanan Kaitannya denganKepuasan Konsumen. Alauddin Press.

- Fitri Pertiwi, G. (2012). Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Jumlah Nasabah Pada BMT Islamic Center Kabupaten Cirebon.
- Ghozali, I. (2011). Aplikasi Analisis Multivariante Dengan Program SPSS. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2013). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program edisi 7 (7 ed.). Universitas Diponegoro.
- Ghunara, T., & Sudiby, U. H. (t.t.). Marketing, Muhammad. Madania Prima.
- Hasan, A. (2010). Marketing Bank Syariah (Cetakan ke 1). Ghalia Indonesia.
- Hasibun, M. (2008). Dasar-dasar Perbankan. PT. Bumi Aksara.
- Hendri Tanjung, D. H. (2003). Manajemen Pemasaran Syariah dan Praktik. Gema Insani Inpress.
- Heri Sudarsono. (2003). Bank dan Lembaga Keuangan Syariah Deskripsi dan Ilustrasi Cetakan Pertama. Ekonesia.
- Hidayat, R. (2009). Pengaruh Kualitas layanan, kualitas produk, dan nilai nasabah terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah bank mandiri. 59.
- Husein, U. (2003). Metode Riset Perilaku Konsumen Jasa. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ikhsan, A. E, A. (2018). Pengaruh Tingkat Bagi Hasil, Tingkat Suku Bunga, Jumlah Kantor, dan Ukuran Bank terhadap Jumlah Deposito Mudharabah pada Perbankan Syariah.
- K, N., & Malhotra, M. (2006). Riset Pemasaran: Pendekatan Terapan Jilid 2. PT. Indeks.
- Kasmir. (2014). Kewirausahaan. PT. Raja Grafindo.
- kasmir, K. (2004). Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya. PT. Raja Grafindo.
- kasmir, K. (2005). Etika Customer Service. PT. Raja Grafindo.
- Khotibul Umam. (2016). Perbankan Syariah: Dasar-dasar dan Dinamika Perkembangan di Indonesia. PT. Raja Grafindo.

- Kotler, K., & Philip, P. (2007). *Manajemen Pemasaran*. PT. Indeks.
- Lai, J. (2015). *Program Santoso Menabung*.
- M. EM, Z., & Ab. Wahab, N. (2015). Influence of Customer Satisfaction, Service Quality, and trust on Customer in Malaysian Islamic Banking. 6.
- Malayu, H. (2007). *Manajemen Sumber Daya*. PT. Bumi Aksara.
- Manap, H. A. (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran (Pertama)*. Mitra.
- Mawardi. (2018). Pengaruh romosi tabungan bank sumsel babel syariah terhadap minat menabung masyarakat kota Palembang.
- Muhammad. (2002). *Manajemen Bank Syariah*. UUP AMP.
- Mujahidin, H, Dr. A. (2017). Factor of public interest to islamic banking services. 7.
- Niken Tri, H. (2010). *Seluk Beluk Promosi dan Bisnis: Cerdas beriklan untuk usaha kecil & menengah*. A+Plus Book.
- Ortega, D., & Alhifni, A. (2017). Pengaruh media promosi perbankan terhadap minat menabung masyarakat di bank syariah.
- Pardede, P., & R, M. (2014). *Analisis Jalur Path Analisis Teori dan Aplikasi Dalam Riset Bisnis*. PT. Rineka Cipta.
- Permana Yogiarto, A. H. (2015). Pengaruh Bagi Hasil, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah Tabungan Mudharabah (Studi Kasus pada Nasabah Bank Muamalat Pekalongan).
- Sari, L. N. (2015). Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Pada Tabungan Simanis PT. BPR Raga Dana Sejahtera Padang.
- Sarwita, H. A. (2017). Pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap kepuasan nasabah menabung.
- Sarwono, J. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Graha Ilmu.

- Sudaryono, S. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Andi Offset.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Manajemen*. Alfabeta.
- Sugiyono, S. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*. Alfabeta.
- Sugiyono, S. (2015). *Metode Penelitian Bisnis Cet IV*. Alfabeta.
- Suharsimi, A. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Sujarweni, S., & P, E. (2015). *Metode Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Pustaka Baru Press.
- Tjiptono, F. (2012). *Pemasaran Strategik Edisi 2 (2 ed.)*. Cv Andi Offset.
- Umam, K. (2009). *Trend Pembentukan Bank Umum Syariah Pasca Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 (Konsep, Regulasi, dan Implementasi)*. BPFE.
- Untung Hadi Widodo, E. W. (2005). *Mengapa Memilih Bank Syariah*. Ghalia Indonesia.
- Wahjono, S. I. (2010). *Manajemen Pemasaran Bank*. Graha Ilmu.
- Widagdo, H. (2014). *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Membeli Komputer Pada Pt. Xyz Palembang*.
- Zubairi Hasan. (2009). *Undang-Undang Perbankan Syariah Titik Temu Hukum Islam dan Hukum Nasional*. PT. Raja Grafindo.

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

KUESIONER

Yth. Bapak/Ibu/Saudara/i Responden

Nasabah dan Masyarakat yang Berminat Menabung di BPRS Lantabur Tebuireng
Jombang

Di Jombang

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh,

Saya Mahfidhotul Khasanah, mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang Jurusan Perbankan Syariah angkatan 2017. Saat ini saya sedang melakukan penelitian yang bertujuan untuk menyelesaikan skripsi. Kriteria responden dalam penelitian saya adalah masyarakat yang berminat menabung di BPR Syariah Lantabur Tebuireng Jombang.

Saya mohon bantuan kepada Bapak/Ibu/Saudara/i untuk membantu mengisi kuesioner penelitian saya. Seluruh data dalam penelitian ini bersifat rahasia dan hanya akan digunakan dalam penelitian. Seluruh informasi yang bersifat pribadi tidak akan dipublikasi dalam bentuk apapun.

Saya harap Bapak/Ibu/Saudara/i merespon setiap butir pernyataan sesuai dengan kondisi (pendapat atau pengalaman) Bapak/Ibu/Saudara/i yang sebenarnya atas waktu dan perhatiannya, saya mengucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Hormat Saya

Mahfidhotul
Khasanah

KUESIONER PENELITIAN

Assalamualaikum Wr. Wb

Dengan hormat,

Sehubungan dengan penelitian dalam hal mengenai pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap minat menabung masyarakat di BPR Syariah Lantabur Tebuireng Jombang, maka saya:

Nama: Mahfidhotul Khasanah

Status: Mahasiswi Perbankan Syariah Uin Malang

Memohon kesediaan saudara/i untuk berpartisipasi menjadi responden dengan mengisi kuesioner berikut ini. Responden yang terhormat, saya mengucapkan terima kasih atas kesediaan anda sebagai responden penelitian. Penelitian ini bertujuan untuk melihat Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan dan Minat Menabung Masyarakat di BPR Syariah Lantabur Tebuireng Jombang. Tidak ada kriteria yang benardan salah dalam pengisian kuesioner ini, untuk itu saya memohon agar saudara/i dapat memberikan jawaban pada setiap pertanyaan.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Petunjuk pengisian: berilah tanda **check list** (√) atau tanda (x) pada pilihan jawaban yang tersedia:

A. Identitas Responden

1. Nama/inisial (boleh tidak diisi):
2. Jenis kelamin : Laki-laki Perempuan
3. Usia :
 17-25 tahun
 26-35 tahun
4. Pekerjaan :
 PNS
 Pegawai Swasta

- Wiraswasta
- Petani
- Pelajar/ Mahasiswa
- Lain-lain

B. Petunjuk pengisian kuisioner

Berilah tanda **check list** (√) atau tanda silang (x) pada pilihan jawaban yang sesuai dengan pendapat anda. Adapun keterangan penelitian:

| Pernyataan | Bobot |
|---------------------------|-------|
| Sangat Tidak Setuju (STS) | 1 |
| Tidak Setuju (TS) | 2 |
| Ragu-Ragu (RG) | 3 |
| Setuju (S) | 4 |
| Sangat Setuju (SS) | 5 |

Daftar Pertanyaan Penelitian

| No | Pertanyaan | Tanggapan | | | | |
|-------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|----|----|---|----|
| | | STS | TS | RG | S | SS |
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Variabel Promosi | | | | | | |
| 1. | BPRS Lantabur Kabupaten Jombang melakukan iklan melalui media elektronik seperti radio. | | | | | |
| 2. | Informasi melalui brosur dan selebaran sangat tepat. | | | | | |
| 3. | Pemberian kupon mempengaruhi saya memilih produk simpanan di BPRS Lantabur Tebuireng Jombang. | | | | | |
| 4. | Pemberian hadiah langsung mempengaruhi saya dalam memilih produk simpanan di BPRS Lantabur Tebuireng Jombang. | | | | | |
| 5. | Promosi dilakukan secara langsung oleh marketing karyawan kepada nasabah sehingga melibatkan nasabah. | | | | | |
| 6. | Staff marketing melakukan | | | | | |

| | | | | | | |
|-----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|--|--|--|
| | promosi penjualan melalui email, dan telephone. | | | | | |
| 7. | Melalui donasi amal yang diadakan BPRS Lantabur Tebuireng Jombang dapat menciptakan hubungan baik dengan masyarakat. | | | | | |
| 8. | BPRS Lantabur Tebuireng Jombang melakukan publisitas dengan dengan memberikan dana sponsor. | | | | | |
| 9. | <i>Sponsorship</i> yang diikuti BPRS Lantabur Tebuireng Jombang membantu saya memperoleh informasi. | | | | | |
| 10. | Melalui event seminar yang diadakan BPRS Lantabur dapat menciptakan hubungan komunikasi yang baik dengan masyarakat. | | | | | |
| 11. | Laporan tahunan yang disusun sesuai dengan SAP, dengan informasi yang lengkap mencakup semua informasi akuntansi yang dapat digunakan dalam pengambilan keputusan. | | | | | |
| 12. | Situs web BPRS Lantabur Tebuireng Jombang membantu saya dalam memberikan informasi. | | | | | |
| 13. | Berita-berita yang berhubungan dengan BPRS Lantabur Tebuireng Jombang membantu saya untuk mendapatkan informasi tentang BPRS Lantabur Tebuireng Jombang | | | | | |
| 14. | BPRS dalam mempromosikan produk melalui via telemarketing, via media social mempengaruhi saya memilih BPRS Lantabur Tebuireng Jombang. | | | | | |
| 15. | BPRS dalam mempromosikan melalui email, telephone yang dapat menjalin hubungan jangka panjang nasabah. | | | | | |
| 16. | Konsumen/nasabah merespon dengan baik kegiatan pemasaran langsung yang dilakukan BPRS lantabur Tebuireng Jombang. | | | | | |
| 17. | Informasi tentang BPRS Lantabur Tebuireng Jombang saya dapat dari | | | | | |

| | | | | | | |
|------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|--|--|--|
| | teman, keluarga. | | | | | |
| 18. | Informasi tentang BPRS Lantabur Tebuireng Jombang saya dapat melalui media elektronik radio. | | | | | |
| 19. | Pegawai menjelaskan secara rinci mengenai kualitas dan keunggulan produk. | | | | | |
| 20. | Pegawai menguasai pengetahuan tentang produknya. | | | | | |
| 21. | BPRS Lantabur memberikan program insentif (kompensasi) parkir khusus nasabah BPRS. | | | | | |
| Variabel Kualitas Pelayanan | | | | | | |
| 1. | Penampilan pegawai BPRS Lantabur Tebuireng Jombang bersih dan rapih. | | | | | |
| 2. | Fasilitas kenyamanan dan peralatan pegawai yang diberikan sesuai dengan harapan dan peralatan yang digunakan mendukung pelayanan. | | | | | |
| 3. | Sarana komunikasi antara pegawai dan nasabah cukup memadai. | | | | | |
| 4. | Pegawai memberikan pelayanan dengan segera dan cepat. | | | | | |
| 5. | Pegawai melakukan pelayanan yang memuaskan terhadap nasabah/konsumen. | | | | | |
| 6. | Pegawai mampu melayani nasabah dengan cepat dan tepat. | | | | | |
| 7. | Pegawai dapat membantu nasabah dengan cepat dan tanggap. | | | | | |
| 8. | Pegawai memiliki sikap sopan terhadap nasabah. | | | | | |
| 9. | Pegawai BPRS Lantabur Tebuireng Jombang memiliki kemampuan yang cukup handal. | | | | | |
| 10. | Pegawai memiliki sifat amanah (dapat dipercaya) sehingga tidak ada keragu-raguan bagi nasabah. | | | | | |
| 11. | Keamanan lingkungan BPRS yang terjamin sehingga bebas dari bahaya. | | | | | |
| 12. | Pegawai BPRS Lantabur Tebuireng Jombang memiliki hubungan komunikasi yang baik terhadap | | | | | |

| | | | | | | |
|-----------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|--|--|--|
| | nasabah sehingga dapat memahami kebutuhan para pelanggan/nasabah. | | | | | |
| Minat Menabung | | | | | | |
| 1. | Saya berminat menabung di BPRS Lantabur Tebuireng Jombang karena keinginan sendiri. | | | | | |
| 2. | Saya menabung di BPRS Lantabur Tebuireng Jombang dengan tujuan untuk kebutuhan dimasa mendatang. | | | | | |
| 3. | Saya menabung di BPRS Lantabur Tebuireng Jombang karena ingin mendapatkan keselamatan dunia dan akhirat. | | | | | |
| 4. | Saya menabung di BPRS Lantabur Tebuireng Jombang karena ingin terhindar dari riba. | | | | | |
| 5. | Saya menabung di BPRS Lantabur Tebuireng Jombang karena bebas riba. | | | | | |

Lampiran 2. Dokumentasi





Lampiran 3. Tabulasi Data Kuesioner

| X1.1 | X1.2 | X1.3 | X1.4 | X1.5 | X1.6 | X1.7 | X1.8 | X1.9 | X1.10 | X1.11 | X1.12 |
|------|------|------|------|------|------|------|------|------|-------|-------|-------|
| 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 |
| 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 2 | 2 | 4 | 2 | 2 | 2 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 |
| 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 5 | 5 | 2 | 2 | 4 | 2 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 2 | 2 | 4 | 2 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 |
| 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |

| | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 2 | 2 | 2 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 2 | 2 | 2 | 2 | 4 | 2 | 2 | 2 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 2 | 4 | 2 | 2 | 2 | 3 |
| 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 2 | 2 | 2 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 2 | 2 | 2 | 4 |
| 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 2 | 2 | 2 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 |
| 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 2 | 2 | 4 | 2 | 2 | 2 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 5 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 |

| | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 3 | 3 | 5 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 2 | 2 | 2 | 2 | 4 | 2 | 2 | 2 | 4 |
| 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 |
| 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 2 | 2 | 2 | 2 | 4 | 2 | 2 | 2 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 2 | 2 | 4 | 2 | 2 | 4 | 2 | 2 | 5 | 5 |
| 5 | 4 | 4 | 2 | 4 | 2 | 2 | 4 | 2 | 2 | 5 | 5 |
| 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 5 | 5 |
| 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 5 | 5 |
| 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 5 | 5 |
| 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 5 | 5 |
| 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 5 | 5 |
| 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 5 | 5 |
| 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 5 |
| 5 | 4 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 5 |
| 5 | 4 | 4 | 2 | 2 | 4 | 2 | 4 | 2 | 2 | 2 | 4 |
| 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 |

| | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 2 | 5 | 2 | 2 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 2 | 2 | 4 | 2 | 2 | 2 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 2 | 2 | 4 | 2 | 2 | 2 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 2 | 2 | 4 | 2 | 2 | 2 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 2 | 2 | 4 | 2 | 2 | 2 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 2 | 2 | 4 | 2 | 2 | 2 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 5 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 5 |
| 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 2 | 2 | 4 | 2 | 2 | 4 | 5 |
| 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 |
| 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 5 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 5 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 5 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 5 |
| 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 2 | 2 | 4 | 2 | 2 | 4 | 5 |
| 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 2 | 2 | 4 | 2 | 2 | 4 | 5 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 5 |
| 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 2 | 2 | 4 | 2 | 2 | 2 | 5 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 5 |
| 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 2 | 2 | 4 | 2 | 2 | 2 | 5 |
| 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 2 | 2 | 4 | 2 | 2 | 2 | 5 |
| 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 2 | 2 | 4 | 2 | 2 | 2 | 4 |
| 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 2 | 4 | 2 | 2 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |

| | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 2 | 2 | 4 | 2 | 2 | 2 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 2 | 2 | 4 | 2 | 2 | 2 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 2 | 2 | 4 | 2 | 2 | 2 | 4 |
| 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 5 | 2 | 4 | 2 | 2 | 2 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 5 | 2 | 4 | 2 | 2 | 2 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| 5 | 4 | 4 | 2 | 4 | 5 | 2 | 4 | 2 | 2 | 2 | 4 |
| 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 3 | 5 | 4 |
| 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 |
| 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 2 | 2 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 |
| 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 |
| 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 |
| 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 |
| 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 2 | 2 | 4 | 2 | 2 | 2 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 2 | 2 | 4 | 2 | 2 | 2 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 2 | 2 | 4 | 2 | 2 | 2 | 4 |

| X2.1 | X2.2 | X2.3 | X2.4 | X2.5 | X2.6 | X2.7 | X2.8 | X2.9 | X2.10 | X2.11 | X2.12 |
|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|--------------|--------------|--------------|
| 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 |
| 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 |

| | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 2 | 2 | 4 | 2 | 2 | 2 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 |
| 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 5 | 5 | 2 | 2 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 2 | 2 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 |
| 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 2 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 2 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |

| | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 4 | 2 | 2 | 2 | 4 |
| 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 2 | 4 | 2 | 2 | 2 | 3 |
| 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 2 | 2 | 2 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 2 | 2 | 2 | 4 |
| 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 2 | 2 | 2 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 |
| 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 2 | 2 | 4 | 2 | 2 | 2 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 3 | 3 | 5 | 3 | 4 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 |
| 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 2 | 3 | 4 |

| | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 2 | 2 | 4 | 2 | 2 | 4 | 3 | 3 | 5 | 5 |
| 5 | 4 | 4 | 2 | 4 | 2 | 2 | 4 | 3 | 3 | 5 | 5 |
| 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 5 | 5 |
| 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 5 | 5 |
| 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 5 | 5 |
| 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 5 | 5 |
| 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 5 | 5 |
| 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 5 | 5 |
| 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 5 | 5 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 2 | 5 | 2 | 2 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 2 | 2 | 4 | 2 | 2 | 2 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 2 | 2 | 4 | 2 | 2 | 2 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 |

| | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 2 | 2 | 4 | 2 | 2 | 2 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 2 | 2 | 4 | 2 | 2 | 2 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 2 | 2 | 4 | 2 | 2 | 2 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 5 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 5 |
| 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 2 | 2 | 4 | 2 | 2 | 4 | 5 |
| 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 |
| 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 5 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 5 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 5 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 5 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 5 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 2 | 2 | 4 | 3 | 3 | 4 | 5 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 2 | 2 | 4 | 3 | 3 | 4 | 5 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 5 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 2 | 2 | 4 | 3 | 3 | 2 | 5 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 5 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 2 | 2 | 4 | 2 | 3 | 2 | 5 |
| 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 5 | 2 | 4 | 2 | 2 | 2 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 5 | 2 | 4 | 2 | 2 | 2 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| 5 | 4 | 4 | 2 | 4 | 5 | 2 | 4 | 2 | 2 | 2 | 4 |
| 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 3 | 5 | 4 |

| | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 |
| 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 |
| 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 |
| 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 |
| 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 |
| 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 |

| Y.1 | Y.2 | Y.3 | Y.4 | Y.5 |
|-----|-----|-----|-----|-----|
| 4 | 2 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 2 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 5 | 5 | 4 |
| 4 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 2 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 5 | 5 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 5 | 5 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 2 | 2 | 4 |
| 4 | 4 | 2 | 2 | 4 |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 4 | 3 | 4 |
| 5 | 4 | 5 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 5 | 5 | 4 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 5 | 4 | 5 | 3 | 5 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 5 |
| 5 | 5 | 4 | 4 | 5 |
| 5 | 5 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 4 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 5 | 4 | 4 | 5 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 5 | 5 |
| 4 | 4 | 5 | 5 | 4 |
| 5 | 5 | 4 | 3 | 4 |
| 5 | 5 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 5 | 4 |
| 5 | 5 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 2 |
| 4 | 4 | 4 | 5 | 5 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 4 | 3 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 2 | 2 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 2 | 2 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| 4 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 4 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 3 | 3 | 3 |
| 5 | 4 | 4 | 5 | 5 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 4 | 4 | 3 | 3 | 3 |
| 4 | 5 | 5 | 4 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 4 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 4 | 4 | 3 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| 5 | 5 | 4 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| 4 | 4 | 3 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 2 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| 4 | 4 | 5 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 5 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 5 | 4 | 5 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 5 | 5 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 4 | 4 | 4 | 2 | 2 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| 4 | 4 | 3 | 3 | 3 |
| 4 | 4 | 3 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| 4 | 4 | 3 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 3 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 3 | 4 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 3 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 2 | 4 | 4 |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 5 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 5 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 5 | 4 | 3 | 3 | 4 |
| 5 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 5 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 5 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 5 | 4 | 2 | 2 | 2 |
| 5 | 4 | 4 | 2 | 2 |
| 5 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| 5 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 5 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 2 | 5 | 2 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 2 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 2 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 2 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 2 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 2 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 2 | 4 |
| 4 | 4 | 3 | 4 | 3 |
| 4 | 4 | 3 | 4 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 4 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 3 | 4 | 4 | 3 |
| 3 | 4 | 3 | 4 | 3 |
| 3 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 3 | 4 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 3 | 3 | 3 | 4 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 2 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 2 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 5 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 5 | 5 | 4 | 3 | 4 |
| 5 | 5 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 4 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 4 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 4 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 4 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 4 | 5 | 4 | 3 | 4 |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 |

Lampiran 4. Distribusi Frekuensi

Distribusi Frekuensi Item Variabel Promosi (X1)

| No | Item | Jawaban Responden | | | | | | | | | | Mean |
|-------------------------------------|-------|-------------------|------|----|-------|----|-------|-----|-------|----|------|-------|
| | | STS | | TS | | RG | | S | | SS | | |
| | | F | % | F | % | F | % | F | % | F | % | |
| 1 | X1.1 | 0 | 0% | 1 | 0.5% | 6 | 3.2% | 176 | 92.6% | 7 | 3.7% | 3.99% |
| 2 | X1.2 | 0 | 0% | 0 | 0% | 10 | 5.3% | 175 | 92.1% | 5 | 2.5% | 3.97% |
| 3 | X1.3 | 4 | 2.1% | 37 | 19.5% | 70 | 36.8% | 71 | 37.4% | 8 | 4.2% | 3.22% |
| 4 | X1.4 | 4 | 2.1% | 39 | 20.5% | 69 | 36.3% | 71 | 37.4% | 7 | 3.7% | 3.2% |
| 5 | X1.5 | 0 | 0% | 30 | 15.8% | 50 | 26.3% | 102 | 53.7% | 8 | 4.2% | 3.46% |
| 6 | X1.6 | 0 | 0% | 27 | 14.2% | 60 | 31.6% | 90 | 47.4% | 13 | 6.8% | 3.46% |
| 7 | X1.7 | 0 | 0% | 5 | 2.6% | 18 | 9.5% | 153 | 80.5% | 14 | 7.4% | 3.92% |
| 8 | X1.8 | 0 | 0% | 6 | 3.2% | 35 | 18.4% | 136 | 71.6% | 13 | 6.8% | 3.82% |
| 9 | X1.9 | 0 | 0% | 26 | 13.7% | 75 | 39.5% | 72 | 37.9% | 17 | 8.9% | 3.42% |
| 10 | X1.10 | 0 | 0% | 5 | 2.6% | 28 | 14.7% | 145 | 76.3% | 12 | 6.3% | 3.86% |
| 11 | X1.11 | 0 | 0% | 26 | 13.7% | 69 | 36.3% | 82 | 43.2% | 13 | 6.8% | 3.43% |
| 12 | X1.12 | 0 | 0% | 21 | 11.1% | 55 | 28.9% | 104 | 54.7% | 10 | 5.3% | 3.54% |
| 13 | X1.13 | 0 | 0% | 1 | 0.5% | 10 | 5.3% | 170 | 89.5% | 9 | 4.7% | 3.98% |
| 14 | X1.14 | 0 | 0% | 1 | 0.5% | 15 | 7.9% | 165 | 86.8% | 9 | 4.7% | 3.95% |
| 15 | X1.15 | 0 | 0% | 21 | 11.1% | 55 | 28.9% | 107 | 56.3% | 7 | 3.7% | 3.52% |
| 16 | X1.16 | 0 | 0% | 22 | 11.5% | 54 | 28.4% | 107 | 56.3% | 7 | 3.7% | 3.52% |
| 17 | X1.17 | 0 | 0% | 9 | 4.7% | 20 | 10.5% | 155 | 81.6% | 6 | 3.2% | 3.83% |
| 18 | X1.18 | 0 | 0% | 2 | 1.1% | 12 | 6.3% | 167 | 87.9% | 9 | 4.7% | 3.96% |
| 19 | X1.19 | 0 | 0% | 23 | 12.1% | 52 | 27.4% | 101 | 53.2% | 14 | 7.4% | 3.55% |
| 20 | X1.20 | 0 | 0% | 1 | 0.5% | 16 | 8.4% | 163 | 85.8% | 10 | 5.3% | 3.95% |
| 21 | X1.21 | 0 | 0% | 0 | 0% | 7 | 3.7% | 172 | 90.5 | 11 | 5.8 | 4.02% |
| Rata-rata Frekuensi untuk X1 = 3.52 | | | | | | | | | | | | |

Distribusi Frekuensi Item Variabel Kualitas Pelayanan (X2)

| No | Item | Jawaban Responden | | | | | | | | | | Mean | |
|-------------------------------------|-------|-------------------|------|----|-------|-----|-------|-----|-------|----|-------|-------|--|
| | | STS | | TS | | RG | | S | | SS | | | |
| | | F | % | F | % | F | % | F | % | F | % | | |
| 1 | X2.1 | 0 | 0% | 0 | 0% | 3 | 1.6% | 165 | 86.8% | 22 | 11.5% | 4.1% | |
| 2 | X2.2 | 0 | 0% | 1 | 0.5% | 8 | 4.2% | 160 | 84.2% | 21 | 11.1% | 4.05% | |
| 3 | X2.3 | 0 | 0% | 7 | 3.7% | 19 | 10.0% | 150 | 78.9% | 14 | 7.4% | 3.9% | |
| 4 | X2.4 | 1 | 0.5% | 32 | 16.8% | 93 | 48.9% | 143 | 75.3% | 10 | 5.3% | 5.08% | |
| 5 | X2.5 | 0 | 0% | 10 | 5.3% | 27 | 14.2% | 143 | 75.3% | 10 | 5.3% | 3.80% | |
| 6 | X2.6 | 1 | 0.5% | 39 | 20.5% | 100 | 52.6% | 40 | 21.1% | 10 | 5.3% | 3.1% | |
| 7 | X2.7 | 1 | 0.5% | 40 | 21.1% | 94 | 49.5% | 43 | 22.6% | 12 | 6.3% | 3.13% | |
| 8 | X2.8 | 0 | 0% | 1 | 0.5% | 10 | 5.3% | 170 | 89.5% | 9 | 4.7% | 3.98% | |
| 9 | X2.9 | 1 | 0.5% | 34 | 17.9% | 89 | 46.8% | 59 | 31.1% | 7 | 3.7% | 3.19% | |
| 10 | X2.10 | 0 | 0% | 4 | 2.1% | 14 | 7.4% | 164 | 86.3% | 8 | 4.2% | 3.92% | |
| 11 | X2.11 | 0 | 0% | 5 | 2.6% | 20 | 10.5% | 160 | 84.2% | 5 | 2.6% | 3.92% | |
| 12 | X2.12 | 0 | 0% | 1 | 0.5% | 7 | 3.7% | 177 | 93.2% | 5 | 2.6% | 3.97% | |
| Rata-rata Frekuensi untuk X2 = 3.84 | | | | | | | | | | | | | |

Distribusi Frekuensi Item Variabel Minat Menabung (Y)

| No | Item | Jawaban Responden | | | | | | | | | | Mean |
|-------------------------------|------|-------------------|------|----|-------|----|-------|-----|-------|----|------|-------|
| | | STS | | TS | | RG | | S | | SS | | |
| | | F | % | F | % | F | % | F | % | F | % | |
| 1 | Y.1 | 3 | 1.6% | 68 | 35.8% | 77 | 40.5% | 29 | 15.3% | 13 | 6.8% | 2.9% |
| 2 | Y.2 | 3 | 1.6% | 66 | 34.7% | 75 | 39.5% | 33 | 17.4% | 13 | 6.8% | 2.93% |
| 3 | Y.3 | 0 | 0% | 2 | 1.1% | 6 | 3.2% | 170 | 89.5% | 12 | 6.3% | 4.01% |
| 4 | Y.4 | 0 | 0% | 1 | 0.5% | 4 | 2.1% | 171 | 90.0% | 14 | 7.4% | 4.0% |
| 5 | Y.5 | 0 | 0% | 0 | 0% | 5 | 2.6% | 171 | 90.0% | 14 | 7.4% | 4.04% |
| Rata-rata Frekuensi Y1 = 3.58 | | | | | | | | | | | | |

Lampiran 5. Uji Validitas

Uji Validitas Variabel Promosi (X1)

| | | Correlations | | | | | | | | | | | | | |
|-----|---------------------|--------------|--------|---------|--------|--------|--------|--------|---------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| | | X01 | X02 | X03 | X04 | X05 | X06 | X07 | X08 | X09 | X10 | X11 | X12 | X13 | X14 |
| X01 | Pearson Correlation | 1 | .993** | .973** | .951** | .606** | .587** | .947** | .973** | .426** | .979** | .489** | .491** | .575** | .517** |
| | Sig. (2-tailed) | | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| | N | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 |
| X02 | Pearson Correlation | .993** | 1 | .966** | .945** | .597** | .579** | .940** | .966** | .420** | .965** | .483** | .484** | .567** | .518** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| | N | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 |
| X03 | Pearson Correlation | .973** | .966** | 1 | .939** | .584** | .588** | .976** | 1.000** | .440** | .980** | .502** | .500** | .551** | .474** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| | N | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 |
| X04 | Pearson Correlation | .951** | .945** | .939** | 1 | .636** | .595** | .927** | .939** | .417** | .931** | .508** | .494** | .552** | .520** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| | N | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 |
| X05 | Pearson Correlation | .606** | .597** | .584** | .636** | 1 | .757** | .559** | .584** | .603** | .592** | .622** | .692** | .687** | .646** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| | N | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 |
| X06 | Pearson Correlation | .587** | .579** | .588** | .595** | .757** | 1 | .586** | .588** | .620** | .588** | .664** | .685** | .689** | .640** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| | N | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 |
| X07 | Pearson Correlation | .947** | .940** | .976** | .927** | .559** | .586** | 1 | .976** | .427** | .954** | .489** | .482** | .540** | .509** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| | N | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 |
| X08 | Pearson Correlation | .973** | .966** | 1.000** | .939** | .584** | .588** | .976** | 1 | .440** | .980** | .502** | .500** | .551** | .474** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| | N | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 |

| X15 | X16 | X17 | X18 | X19 | X20 | X21 | TOTAL |
|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| .576** | .489** | .576** | .576** | .462** | .535** | .485** | .832** |
| .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 |
| .576** | .482** | .576** | .576** | .455** | .536** | .486** | .826** |
| .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 |
| .576** | .499** | .576** | .576** | .470** | .521** | .458** | .829** |
| .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 |
| .577** | .509** | .577** | .577** | .465** | .538** | .489** | .824** |
| .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 |
| .688** | .668** | .688** | .688** | .622** | .650** | .595** | .790** |
| .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 |
| .699** | .661** | .699** | .699** | .680** | .679** | .640** | .799** |
| .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 |
| .566** | .488** | .566** | .566** | .453** | .551** | .524** | .821** |
| .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 |
| .576** | .499** | .576** | .576** | .470** | .521** | .458** | .829** |
| .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |

| | | | | | | | | | | | | | | | |
|-----|---------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| X09 | Pearson Correlation | .426** | .420** | .440** | .417** | .603** | .620** | .427** | .440** | 1 | .437** | .775** | .696** | .681** | .605** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| | N | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 |
| X10 | Pearson Correlation | .979** | .965** | .980** | .931** | .592** | .588** | .954** | .980** | .437** | 1 | .492** | .492** | .576** | .464** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | | .000 | .000 | .000 | .000 |
| | N | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 |
| X11 | Pearson Correlation | .489** | .483** | .502** | .506** | .622** | .664** | .489** | .502** | .775** | .492** | 1 | .768** | .720** | .641** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | | .000 | .000 | .000 |
| | N | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 |
| X12 | Pearson Correlation | .491** | .484** | .500** | .494** | .692** | .685** | .482** | .500** | .696** | .492** | .768** | 1 | .800** | .703** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | | .000 | .000 |
| | N | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 |
| X13 | Pearson Correlation | .575** | .567** | .551** | .552** | .687** | .689** | .540** | .551** | .681** | .576** | .720** | .800** | 1 | .895** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | | .000 |
| | N | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 |
| X14 | Pearson Correlation | .517** | .518** | .474** | .520** | .646** | .640** | .509** | .474** | .605** | .464** | .641** | .703** | .895** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | |
| | N | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 |
| X15 | Pearson Correlation | .576** | .576** | .576** | .577** | .688** | .699** | .566** | .576** | .700** | .569** | .721** | .798** | .966** | .911** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| | N | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 |
| X16 | Pearson Correlation | .489** | .482** | .499** | .509** | .668** | .661** | .488** | .499** | .689** | .491** | .718** | .851** | .825** | .742** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| | N | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 |
| X17 | Pearson Correlation | .576** | .576** | .576** | .577** | .688** | .699** | .566** | .576** | .700** | .569** | .721** | .798** | .966** | .911** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| | N | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 |

| | | | | | | | | | | | | | | | | |
|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|---------|--------|---------|---------|--------|--------|--------|--------|
| 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 |
| .620** | .427** | .440** | 1 | .437** | .775** | .696** | .681** | .605** | .700** | .689** | .700** | .700** | .675** | .670** | .621** | .726** |
| .000 | .000 | .000 | | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 |
| .588** | .954** | .980** | .437** | 1 | .492** | .492** | .576** | .464** | .569** | .491** | .569** | .569** | .463** | .512** | .449** | .823** |
| .000 | .000 | .000 | .000 | | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 |
| .664** | .489** | .502** | .775** | .492** | 1 | .768** | .720** | .641** | .721** | .718** | .721** | .721** | .662** | .691** | .641** | .772** |
| .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 |
| .685** | .482** | .500** | .696** | .492** | .768** | 1 | .800** | .703** | .798** | .851** | .798** | .798** | .806** | .762** | .703** | .813** |
| .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 |
| .689** | .540** | .551** | .681** | .576** | .720** | .800** | 1 | .895** | .966** | .825** | .966** | .966** | .747** | .936** | .876** | .889** |
| .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 |
| .640** | .509** | .474** | .605** | .464** | .641** | .703** | .895** | 1 | .911** | .742** | .911** | .911** | .656** | .955** | .965** | .830** |
| .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 |
| .699** | .566** | .576** | .700** | .569** | .721** | .798** | .966** | .911** | 1 | .823** | 1.000** | 1.000** | .744** | .972** | .911** | .905** |
| .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 |
| .661** | .488** | .499** | .689** | .491** | .718** | .851** | .825** | .742** | .823** | 1 | .823** | .823** | .813** | .795** | .742** | .819** |
| .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 |
| .699** | .566** | .576** | .700** | .569** | .721** | .798** | .966** | .911** | 1.000** | .823** | 1 | 1.000** | .744** | .972** | .911** | .905** |

| | | | | | | | | | | | | | | | |
|-------|---------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| X18 | Pearson Correlation | .576** | .576** | .576** | .577** | .688** | .699** | .566** | .576** | .700** | .569** | .721** | .798** | .966** | .911** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| | N | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 |
| X19 | Pearson Correlation | .462** | .455** | .470** | .465** | .622** | .680** | .453** | .470** | .675** | .463** | .662** | .806** | .747** | .666** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| | N | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 |
| X20 | Pearson Correlation | .535** | .536** | .521** | .538** | .650** | .679** | .551** | .521** | .670** | .512** | .691** | .762** | .936** | .955** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| | N | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 |
| X21 | Pearson Correlation | .485** | .486** | .458** | .489** | .595** | .640** | .524** | .458** | .621** | .449** | .641** | .703** | .876** | .965** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| | N | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 |
| TOTAL | Pearson Correlation | .832** | .826** | .829** | .824** | .790** | .799** | .821** | .829** | .726** | .823** | .772** | .813** | .889** | .830** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| | N | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 |

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

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|-------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|---------|--------|---------|--------|--------|--------|--------|--------|------|------|------|
| 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 |
| 681** | 488** | 499** | .689** | 491** | .718** | .851** | 825** | .742** | .823** | 1 | 823** | .823** | 813** | .795** | .742** | 819** | | | |
| .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 |
| 699** | .566** | .576** | .700** | .569** | .721** | .798** | 966** | .911** | 1.000** | 823** | 1.000** | 1 | .744** | .972** | .911** | 905** | | | |
| .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 |
| 680** | 453** | 470** | .675** | 463** | .662** | .806** | .747** | .656** | .744** | 813** | .744** | .744** | 1 | .711** | .656** | .768** | | | |
| .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 |
| 679** | .551** | .521** | .670** | .512** | .691** | .762** | 936** | .955** | .972** | .795** | .972** | .972** | .711** | 1 | .974** | .876** | | | |
| .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 |
| 640** | .524** | .458** | .621** | .449** | .641** | .703** | .876** | .965** | .911** | .742** | .911** | .911** | .656** | .974** | 1 | .820** | | | |
| .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | | .000 | .000 | .000 | .000 |
| 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 |
| 799** | .821** | .829** | .726** | .823** | .772** | .813** | 889** | .830** | .905** | .819** | .905** | .905** | .768** | .876** | .820** | 1 | | | |
| .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | | .000 | .000 | .000 |
| 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 |

Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X2)

Correlations

| | | X2.1 | X2.2 | X2.3 | X2.4 | X2.5 | X2.6 | X2.7 | X2.8 | X2.9 | X2.10 | X2.11 | X2.12 | TOTAL |
|-------|---------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|---------|---------|---------|-------|--------|
| X2.1 | Pearson Correlation | 1 | .618** | .214** | .251** | .242** | .285** | .299** | .360** | .293** | .293** | .293** | .021 | .465** |
| | Sig. (2-tailed) | | .000 | .003 | .000 | .001 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .775 | .000 |
| | N | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 |
| X2.2 | Pearson Correlation | .618** | 1 | .231** | .132 | .150* | .174* | .238** | .263** | .176* | .176* | .176* | .098 | .358** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | | .001 | .070 | .038 | .016 | .001 | .000 | .015 | .015 | .015 | .177 | .000 |
| | N | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 |
| X2.3 | Pearson Correlation | .214** | .231** | 1 | .186** | .332** | .294** | .210** | .345** | .056 | .056 | .056 | .085 | .346** |
| | Sig. (2-tailed) | .003 | .001 | | .010 | .000 | .004 | .000 | .440 | .440 | .440 | .440 | .245 | .000 |
| | N | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 |
| X2.4 | Pearson Correlation | .251** | .132 | .186** | 1 | .214** | .733** | .761** | .049 | .726** | .726** | .726** | -.046 | .810** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .070 | .010 | | .003 | .000 | .000 | .500 | .000 | .000 | .000 | .527 | .000 |
| | N | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 |
| X2.5 | Pearson Correlation | .242** | .150* | .332** | .214** | 1 | .323** | .291** | .385** | .124 | .124 | .124 | .067 | .403** |
| | Sig. (2-tailed) | .001 | .038 | .000 | .003 | | .000 | .000 | .089 | .089 | .089 | .089 | .361 | .000 |
| | N | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 |
| X2.6 | Pearson Correlation | .285** | .174* | .294** | .733** | .323** | 1 | .891** | .271** | .731** | .731** | .731** | .100 | .886** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .016 | .000 | .000 | .000 | | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .169 | .000 |
| | N | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 |
| X2.7 | Pearson Correlation | .299** | .238** | .210** | .761** | .291** | .891** | 1 | .116 | .764** | .764** | .764** | .077 | .888** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .001 | .004 | .000 | .000 | .000 | | .110 | .000 | .000 | .000 | .291 | .000 |
| | N | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 |
| X2.8 | Pearson Correlation | .360** | .263** | .345** | .049 | .385** | .271** | .116 | 1 | .107 | .107 | .107 | .049 | .319** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .500 | .000 | .000 | .110 | .140 | .140 | .140 | .140 | .502 | .000 |
| | N | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 |
| X2.9 | Pearson Correlation | .293** | .176* | .056 | .726** | .124 | .731** | .764** | .107 | 1 | 1.000** | 1.000** | .087 | .886** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .015 | .440 | .000 | .089 | .000 | .000 | .140 | .000 | .000 | .000 | .231 | .000 |
| | N | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 |
| X2.10 | Pearson Correlation | .293** | .176* | .056 | .726** | .124 | .731** | .764** | .107 | 1.000** | 1 | 1.000** | .087 | .886** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .015 | .440 | .000 | .089 | .000 | .000 | .140 | .000 | .000 | .000 | .231 | .000 |
| | N | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 |
| X2.11 | Pearson Correlation | .293** | .176* | .056 | .726** | .124 | .731** | .764** | .107 | 1.000** | 1.000** | 1 | .087 | .886** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .015 | .440 | .000 | .089 | .000 | .000 | .140 | .000 | .000 | .000 | .231 | .000 |
| | N | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 |
| X2.12 | Pearson Correlation | .021 | .098 | .085 | -.046 | .067 | .100 | .077 | .049 | .087 | .087 | .087 | 1 | .148* |
| | Sig. (2-tailed) | .775 | .177 | .245 | .527 | .361 | .169 | .291 | .502 | .231 | .231 | .231 | | .042 |
| | N | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 |
| TOTAL | Pearson Correlation | .465** | .358** | .346** | .810** | .403** | .886** | .888** | .319** | .886** | .886** | .886** | .148* | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .042 | |
| | N | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 |

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

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

Uji Validitas Minat Menabung (Y)

| | | Correlations | | | | | |
|-------|---------------------|--------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| | | Y01 | Y02 | Y03 | Y04 | Y05 | TOTAL |
| Y01 | Pearson Correlation | 1 | .920** | .268** | .235** | .090 | .932** |
| | Sig. (2-tailed) | | .000 | .000 | .001 | .216 | .000 |
| | N | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 |
| Y02 | Pearson Correlation | .920** | 1 | .187** | -.161* | .011 | .895** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | | .010 | .026 | .878 | .000 |
| | N | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 |
| Y03 | Pearson Correlation | .268** | .187** | 1 | .418** | .314** | .485** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .010 | | .000 | .000 | .000 |
| | N | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 |
| Y04 | Pearson Correlation | .235** | -.161* | .418** | 1 | .430** | .468** |
| | Sig. (2-tailed) | .001 | .026 | .000 | | .000 | .000 |
| | N | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 |
| Y05 | Pearson Correlation | .090 | .011 | .314** | .430** | 1 | .315** |
| | Sig. (2-tailed) | .216 | .878 | .000 | .000 | | .000 |
| | N | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 |
| TOTAL | Pearson Correlation | .932** | .895** | .485** | .468** | .315** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | |
| | N | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 |

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

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



Lampiran 6. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas Variabel Promosi

| Reliability Statistics | |
|------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| .977 | 21 |

Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan

| Reliability Statistics | |
|------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| .880 | 12 |

Uji Reliabilitas Variabel Minat Menabung

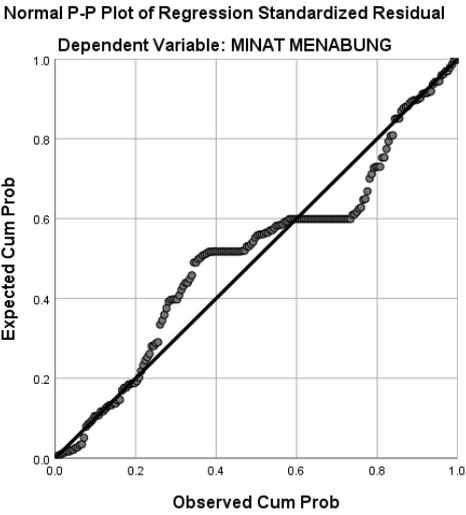
| Reliability Statistics | |
|------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| | |

| | |
|------|---|
| .680 | 5 |
|------|---|

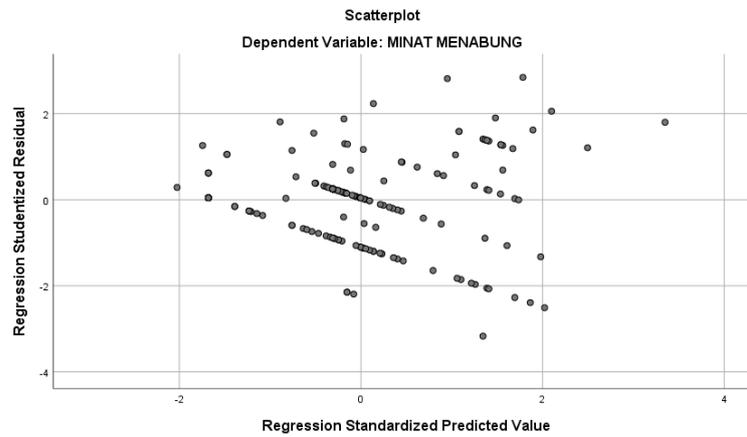
Lampiran 7. Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

| One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test | | |
|-------------------------------------------|----------------|-------------------------|
| | | Unstandardized Residual |
| N | | 190 |
| Normal Parameters ^{a,b} | Mean | .0000000 |
| | Std. Deviation | 1.75166787 |
| Most Extreme Differences | Absolute | .148 |
| | Positive | .137 |
| | Negative | -.148 |
| Test Statistic | | .148 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | .000 ^c |
| a. Test distribution is Normal. | | |
| b. Calculated from data. | | |
| c. Lilliefors Significance Correction. | | |



Uji Heteroskidastisitas



Uji Multikolinearitas

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. | Collinearity Statistics | |
|-------|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|-------------------------|-------|
| | | B | Std. Error | Beta | | | Tolerance | VIF |
| 1 | (Constant) | 8.241 | 1.080 | | 7.631 | .000 | | |
| | PROMOSI | .026 | .012 | .168 | 2.183 | .030 | .613 | 1.632 |
| | KUALITAS PELAYANAN | .184 | .032 | .443 | 5.745 | .000 | .613 | 1.632 |

a. Dependent Variable: MINAT MENABUNG

Uji Linearitas

| | | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|--------------------------|----------------|--------------------------|----------------|-----|-------------|--------|------|
| Minat Menabung * Promosi | Between Groups | (Combined) | 345.431 | 34 | 10.160 | 3.120 | .000 |
| | | Linearity | 167.830 | 1 | 167.830 | 51.545 | .000 |
| | | Deviation from Linearity | 177.601 | 33 | 5.382 | 1.653 | .022 |
| | Within Groups | | 504.679 | 155 | 3.256 | | |
| Total | | | 850.111 | 189 | | | |

| | R | R Squared | Eta | Eta Squared |
|--------------------------|------|-----------|------|-------------|
| Minat Menabung * Promosi | .444 | .197 | .637 | .406 |

ANOVA Table

| | | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|----------------------------------------|----------------|--------------------------|----------------|-------|-------------|--------|------|
| Minat Menabung * Kualitas Pelayanan | Between Groups | (Combined) | 476.627 | 22 | 21.665 | 4.970 | .000 |
| | | Linearity | 320.134 | 1 | 320.134 | 73.435 | .000 |
| | | Deviation from Linearity | 156.493 | 21 | 7.452 | 1.709 | .034 |
| | Within Groups | 728.026 | 167 | 4.359 | | | |
| Total | | | 1204.653 | 189 | | | |

Measures of Association

| | R | R Squared | Eta | Eta Squared |
|----------------------------------------|------|-----------|------|-------------|
| Minat Menabung * Kualitas Pelayanan | .516 | .266 | .629 | .396 |

Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|-------|-------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 5.967 | .804 | | 7.419 | .000 |
| | PROMOSI (X1) | .113 | .019 | .533 | 5.874 | .000 |
| | KUALITAS PELAYANAN (X2) | .108 | .035 | .277 | 3.045 | .003 |

a. Dependent Variable: MINAT MENABUNG (Y)

Uji Koefisien Determinan

Model Summary

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | .785 ^a | .617 | .613 | 1.117 |

a. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN (X2), PROMOSI (X1)

Uji Parsial (T)

Coefficients^a

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|-------|-------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 5.967 | .804 | | 7.419 | .000 |
| | PROMOSI (X1) | .113 | .019 | .533 | 5.874 | .000 |
| | KUALITAS PELAYANAN (X2) | .108 | .035 | .277 | 3.045 | .003 |

a. Dependent Variable: MINAT MENABUNG (Y)

Uji Simultan (F)

ANOVA^a

| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|-------|------------|----------------|-----|-------------|---------|-------------------|
| 1 | Regression | 375.426 | 2 | 187.713 | 150.450 | .000 ^b |
| | Residual | 233.316 | 187 | 1.248 | | |
| | Total | 608.742 | 189 | | | |

a. Dependent Variable: MINAT MENABUNG (Y)

b. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN (X2), PROMOSI (X1)

Lampiran 8

Bukti Konsultasi

BUKTI KONSULTASI

Nama : Mahfidhotul Khasanah

NIM/Jurusan : 18540097/ Perbankan Syariah

Pembimbing : Irmayanti Hasan, ST., MM

Judul Skripsi : Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat
Menabung Masyarakat di BPR Syariah Lantabur Tebuireng
Jombang

| No | Tanggal | Materi Konsultasi | TTD |
|----|------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. | 22-02-2021 | Konsultasi Bab 1 dan 2 | 1.  |
| 2. | 12-03-2021 | <ol style="list-style-type: none">1. Latar belakang objek penelitian2. Rumusan masalah3. Penelitian terdahulu dibuat deskripsi4. Perspektif islam langsung dileburkan5. Penulisan daftar pustaka | 2.  |
| 3. | 26-03-2021 | Revisi Proposal Bab 1-3 | 3.  |
| 4. | 05-04-2021 | <ol style="list-style-type: none">1. Nama lokasi penelitian harus sinkron dan update2. Rumusan masalah ditambahkan pengaruh simultan.3. Uji Reliabilitas cek hurufnya4. Uji hipotesis dan Uji simultan | 4.  |

| | | | |
|-----|------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------|
| 5. | 08-04-2021 | <ol style="list-style-type: none"> 1. Garis untuk H3 diberikan keterangan dan penjelasan 2. Ditambah keterangan uji hipotesis. | 5.  |
| 6. | 19.04-2021 | <ol style="list-style-type: none"> 1. Kutipan Bab 1-3 ada yang belum ada sumbernya 2. Bahasa Inggris dan yang dicetak miring. | 6.  |
| 7. | 07-06-2021 | <ol style="list-style-type: none"> 1. Item dijelaskan ditabel DOV 2. Kolom definisi dihapus diganti dengan kolom item. | 7.  |
| 8. | 09-06-2021 | <ol style="list-style-type: none"> 1. Revisi penulisan kutipan 2. Revisi teori tiap indikator dalam tabel DOV 3. Cek semua variabel, indikator, item yang digunakan harus sesuai dengan teori yang ada. | 8.  |
| 9. | 10-06-2021 | ACC untuk mengikuti ujian proposal | 9.  |
| 10. | 13-09-2021 | Konsultasi Bab 4 dan 5 | 10.  |
| 11. | 28-09-2021 | Revisi abstrak Bab 4 dan 5 | 11.  |
| 12. | 07-11-2021 | ACC untuk mengikuti Ujian Semhas | 12.  |
| 13. | 15-11-2021 | ACC untuk Daftar Ujian Skripsi | 13.  |
| 14. | | ACC Revisi setelah Ujian Skripsi | 14.  |

Malang, 28 Desember 2021

Mengetahui,

Ketua Jurusan,

Yayuk Sri Rahayu, SE., MM

NIP. 19770826 200801 2 011

Lampiran 9

BIODATA PENELITI



Nama Lengkap : Mahfidhotul Khasanah
Tempat, tanggal lahir : Jombang, 06 April 1998
Alamat Asal : Jln. Ponpes Ghozaliyah Dsn. Sidowaras Rt/004
Rw/009, Ds. Sumbermulyo, Kec. Jogoroto, Kab.
Jombang.
Alamat Kos : Griya Qur'an Islamiyah Sunan Drajat Gang II/5,
Sumpersari, Malang
Telephone/Hp : 081358152499
Email : mahfidhotulkhasanah9@gmail.com

Pendidikan Formal

2002 - 2004 : Ra Muslimat Jombang
2004 - 2010 : MI Ghozaliyah Jombang
2010 - 2013 : MTs Ghozaliyah Jombang
2013 - 2016 : MA Ghozaliyah Jombang
2017 - 2021 : Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik
Ibrahim Malang

Pendidikan Non Formal

2017-2018 : PKPBA UIN MALANG
2018-2019 : PKPBI UIN MALANG

Pengalaman Organisasi

2017-2018 : Anggota Bidikmisi Angkatan 2017
2020-2021 : Pengurus Organisasi Komunitas Enterpreneur.

Aktivitas dan Pelatihan

- Peserta Seminar Nasional “Success to be Entrepreneur” yang diselenggarakan oleh Dewan Eksekutif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Uin Maliki Malang Tahun 2017
- Peserta Seminar Nasional “Build Your Digital Business and be Millennia Entrepreneur” yang diselenggarakan oleh Fakultas Ekonomi Uin Maliki Malang Tahun 2017
- Peserta “Islamic Banking D-III Perbankan Syariah” yang diselenggarakan oleh Panin Dubai Syariah Bank Tahun 2017
- Peserta Kuliah Tamu Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang Tahun 2018
- Peserta Talkshow BI Corner Challenge 2 (BICC2) yang diselenggarakan BI Corner Tahun 2018
- Peserta Seminar Nasional “Implementasi Akuntansi Syariah di Era Fintech” yang diselenggarakan oleh HMJ Akuntansi Uin Malang Tahun 2018
- Peserta Relaunching Galeri Investasi Syariah dan Sosialisasi Pasar Modal Syariah yang diselenggarakan Oleh Galeri Investasi Syariah-BEI Uin Maliki Malang tahun 2018
- Seminar Internasional “The 7 International Conference of Islamic Economics & Bussines (ICONIES)” Faculty of Economics Maulana Malik Ibrahim State Islamic University of Malang Tahun 2019
- Peserta Talkshow BI Corner Challenge 3 (BICC3) yang diselenggarakan BI Corner Tahun 2019
- Peserta Kuliah Umum “Ayo Investasi Syariah” yang diselenggarakan BTN Syariah Tahun 2020
- Peserta Seminar Nasional “Ekonomi Syariah di Indonesia: Kebijakan Strategis Pemerintah Menuju New Normal Life” yang diselenggarakan oleh Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang 2020
- Peserta Seminar Nasional Online “Understanding Human Learning & The Art of managing 4.0 yang diselenggarakan oleh Lembaga Pengembangan dan Konsultasi Nasional (LPKN) Tahun 2021.

Lampiran 10

Surat Keterangan Bebas Plagiarisme



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS EKONOMI
Jalan Gajayana 50 Malang Telepon (0341) 558881 Faksimile (0341) 558881

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIARISME (FORM C)

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Zuraidah, SE., M.SA
NIP : 19761210 200912 2 001
Jabatan : UP2M

Menerangkan bahwa mahasiswa berikut :

Nama : Mahfidhotul Khasanah
NIM : 18540097
Handphone : 081358152499
Konsentrasi : Entrepreneur
Email : mahfidhotulkhasanah9@gmail.com
Judul Skripsi : Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Masyarakat di BPR Syariah Lantabur Tebuireng Jombang

Menerangkan bahwa penulis skripsi mahasiswa tersebut di nyatakan **BEBAS PLAGIARISME** dari **TURNITIN** dengan nilai *Originaly report*:

| SIMILARTY INDEX | INTERNET SOURCES | PUBLICATION | STUDENT PAPER |
|-----------------|------------------|-------------|---------------|
| 20% | 19% | 6% | 9% |

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan di berikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 23 Desember 2021
UP2M

Zuraidah, SE., M.SA
NIP 197612102009122 001

ORIGINALITY REPORT

20%
SIMILARITY INDEX

19%
INTERNET SOURCES

6%
PUBLICATIONS

9%
STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

| | | |
|----------|-----------------------------------------------------------------------|-----------|
| 1 | eprints.walisongo.ac.id Internet Source | 1% |
| 2 | Submitted to UIN Maulana Malik Ibrahim Malang Student Paper | 1% |
| 3 | 123dok.com Internet Source | 1% |
| 4 | repository.iainpare.ac.id Internet Source | 1% |
| 5 | repository.radenintan.ac.id Internet Source | 1% |
| 6 | Submitted to Universitas Pamulang Student Paper | 1% |
| 7 | Submitted to Universitas Diponegoro Student Paper | 1% |
| 8 | repo.iain-tulungagung.ac.id Internet Source | 1% |
| 9 | docobook.com Internet Source | 1% |

| | | |
|----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| 10 | etheses.uin-malang.ac.id Internet Source | 1 % |
| 11 | ojs.akbpstie.ac.id Internet Source | 1 % |
| 12 | ecampus.pelitabangsa.ac.id Internet Source | 1 % |
| 13 | repository.uinsu.ac.id Internet Source | 1 % |
| 14 | Submitted to Universitas Negeri Jakarta Student Paper | <1 % |
| 15 | e-repository.perpus.iainsalatiga.ac.id Internet Source | <1 % |
| 16 | digilib.uinsby.ac.id Internet Source | <1 % |
| 17 | blog.iain-tulungagung.ac.id Internet Source | <1 % |
| 18 | id.123dok.com Internet Source | <1 % |
| 19 | www.scribd.com Internet Source | <1 % |
| 20 | Submitted to Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya Student Paper | <1 % |
| 21 | repository.uinjambi.ac.id Internet Source | |

| | | |
|----|---------------------------------------------------------------|------|
| | | <1 % |
| 22 | repository.ar-raniry.ac.id Internet Source | <1 % |
| 23 | repository.umpalopo.ac.id Internet Source | <1 % |
| 24 | maratulkhayati.blogspot.com Internet Source | <1 % |
| 25 | repository.iainpalopo.ac.id Internet Source | <1 % |
| 26 | repository.ub.ac.id Internet Source | <1 % |
| 27 | www.coursehero.com Internet Source | <1 % |
| 28 | media.neliti.com Internet Source | <1 % |
| 29 | Submitted to Universitas Jenderal Soedirman Student Paper | <1 % |
| 30 | id.scribd.com Internet Source | <1 % |
| 31 | jimfeb.ub.ac.id Internet Source | <1 % |
| 32 | Submitted to State Islamic University of Alauddin Makassar | <1 % |

| | | |
|----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| 33 | eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source | <1 % |
| 34 | eprints.perbanas.ac.id Internet Source | <1 % |
| 35 | infobanknews.com Internet Source | <1 % |
| 36 | repository.umsu.ac.id Internet Source | <1 % |
| 37 | ecampus.iainbatusangkar.ac.id Internet Source | <1 % |
| 38 | eprints.nottingham.ac.uk Internet Source | <1 % |
| 39 | Submitted to Universitas Merdeka Malang Student Paper | <1 % |
| 40 | etheses.iainponorogo.ac.id Internet Source | <1 % |
| 41 | repositori.uin-alauddin.ac.id Internet Source | <1 % |
| 42 | core.ac.uk Internet Source | <1 % |
| 43 | repository.uin-suska.ac.id Internet Source | <1 % |

| | | |
|----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| 44 | Mesi Fitriani, Syaparuddin Syaparuddin, Jaya Kusuma Edy. "Analisis faktor - faktor yang mempengaruhi minat kunjungan ulang wisatawan ke Kebun Binatang Taman Rimba Provinsi Jambi", e-Jurnal Perspektif Ekonomi dan Pembangunan Daerah, 2021 Publication | <1 % |
| 45 | Submitted to Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Student Paper | <1 % |
| 46 | repositori.usu.ac.id Internet Source | <1 % |
| 47 | Submitted to Universitas Putera Batam Student Paper | <1 % |
| 48 | onlinelibrary.wiley.com Internet Source | <1 % |
| 49 | repository.upbatam.ac.id Internet Source | <1 % |
| 50 | docplayer.info Internet Source | <1 % |
| 51 | e-journal.uajy.ac.id Internet Source | <1 % |
| 52 | repository.maranatha.edu Internet Source | <1 % |
| 53 | www.emerald.com Internet Source | <1 % |

| | | |
|----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| | | <1 % |
| 54 | www.ptsi.co.id Internet Source | <1 % |
| 55 | Submitted to IAIN Bengkulu Student Paper | <1 % |
| 56 | ecampus.imds.ac.id Internet Source | <1 % |
| 57 | eprints.undip.ac.id Internet Source | <1 % |
| 58 | www.emeraldinsight.com Internet Source | <1 % |
| 59 | Submitted to Forum Perpustakaan Perguruan Tinggi Indonesia Jawa Timur Student Paper | <1 % |
| 60 | Muhammad Rizal Nur Irawan. "PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PT. SATRIA NUSANTARA JAYA", <i>Ekonika : Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri</i> , 2020 Publication | <1 % |
| 61 | journal.stainkudus.ac.id Internet Source | <1 % |
| 62 | eprints.uny.ac.id Internet Source | <1 % |

| | | |
|----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| 63 | journal.iain-samarinda.ac.id Internet Source | <1 % |
| 64 | repository.upi.edu Internet Source | <1 % |
| 65 | Submitted to Politeknik Negeri Bandung Student Paper | <1 % |
| 66 | Submitted to Sriwijaya University Student Paper | <1 % |
| 67 | eprints.radenfatah.ac.id Internet Source | <1 % |
| 68 | Submitted to iGroup Student Paper | <1 % |
| 69 | repository.stieykpn.ac.id Internet Source | <1 % |
| 70 | repository.uinjkt.ac.id Internet Source | <1 % |
| 71 | Submitted to President University Student Paper | <1 % |
| 72 | leesyailendranism.blogspot.com Internet Source | <1 % |
| 73 | repo.uinsatu.ac.id Internet Source | <1 % |
| 74 | digilibadmin.unismuh.ac.id Internet Source | <1 % |

| | | |
|----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| 75 | ejurnal.stimata.ac.id Internet Source | <1 % |
| 76 | journals.ums.ac.id Internet Source | <1 % |
| 77 | repository.usu.ac.id Internet Source | <1 % |
| 78 | www.bprslantabur.com Internet Source | <1 % |
| 79 | Dessy Triana Relita. "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN KOPERASI TERHADAP MINAT MENABUNG ANGGOTA KOPERASI KREDIT BINA MASYARAKAT CABANG SINTANG", JURKAMI : Jurnal Pendidikan Ekonomi, 2020 Publication | <1 % |
| 80 | Kusmita Kusmita, Mu'minatus Sholichah. "Ekonomi Makro, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Return Saham pada Perusahaan Sektor Perbankan", JIATAX (Journal of Islamic Accounting and Tax), 2018 Publication | <1 % |
| 81 | Nurudin Nurudin, Johan Arifin, Anang Ma'ruf. "Pengaruh Tingkat Pendidikan, Literasi Keuangan Syariah, Dan Kebudayaan Terhadap Minat Menabung Santri Kota Semarang Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi", EL MUDHORIB : Jurnal Kajian Ekonomi dan Perbankan Syariah, 2021 | <1 % |

| | | |
|----|--------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| 82 | Submitted to Universitas Negeri Surabaya The State University of Surabaya Student Paper | <1 % |
| 83 | bappeda.bandaacehkota.go.id Internet Source | <1 % |
| 84 | digilib.iain-palangkaraya.ac.id Internet Source | <1 % |
| 85 | jurnal.umj.ac.id Internet Source | <1 % |
| 86 | rayakultura.net Internet Source | <1 % |
| 87 | repositorio.lamolina.edu.pe Internet Source | <1 % |
| 88 | repository.iainbengkulu.ac.id Internet Source | <1 % |
| 89 | investasi.unwir.ac.id Internet Source | <1 % |
| 90 | www.docstoc.com Internet Source | <1 % |
| 91 | www.scilit.net Internet Source | <1 % |
| 92 | garuda.ristekdikti.go.id Internet Source | <1 % |

| | | |
|-----|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| 93 | repo.iainbukittinggi.ac.id Internet Source | <1 % |
| 94 | repository.radenfatah.ac.id Internet Source | <1 % |
| 95 | repository.stienobel-indonesia.ac.id Internet Source | <1 % |
| 96 | repository.uhn.ac.id Internet Source | <1 % |
| 97 | tambahpinter.com Internet Source | <1 % |
| 98 | vdocuments.site Internet Source | <1 % |
| 99 | Rizal Ula Ananta, Dian Citaningtyas Ari Kadi. "ANALISIS PENGARUH PENGAMBILAN KEPUTUSAN MAHASISWA BARU TERHADAP PEMILIHAN PROGAM STUDI MANAJEMAN UNIVERSITAS PGRI MADIUN TAHUN 2017", Capital: Jurnal Ekonomi dan Manajemen, 2018 Publication | <1 % |
| 100 | archive.org Internet Source | <1 % |
| 101 | johannessimatupang.wordpress.com Internet Source | <1 % |
| 102 | skrpisikeuangan.blogspot.com Internet Source | <1 % |

Exclude quotes On
Exclude bibliography On

Exclude matches Off