

**ANALISIS PENGARUH PROMOSI, KEUNGGULAN PRODUK,
DAN PENERAPAN NILAI SYARIAH TERHADAP MINAT
MENABUNG MASYARAKAT DI BSI
KCP LUMAJANG S. PARMAN**

SKRIPSI

diajukan kepada Universitas Islam Negeri
Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Perbankan Syariah



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

Oleh:

Nur Azizah
NIM: E20191080

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
APRIL 2023**

**ANALISIS PENGARUH PROMOSI, KEUNGGULAN PRODUK,
DAN PENERAPAN NILAI SYARIAH TERHADAP MINAT
MENABUNG MASYARAKAT DI BSI
KCP LUMAJANG S. PARMAN**

SKRIPSI

diajukan kepada Universitas Islam Negeri
Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Perbankan Syariah

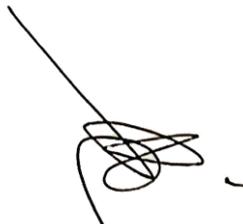
Oleh:

Nur Azizah

NIM: E20191080

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Disetujui Pembimbing



Dr. M.F. Hidayatullah, S.H.I., M.S.I.

NIP. 197608122008011015

**ANALISIS PENGARUH PROMOSI, KEUNGGULAN PRODUK,
DAN PENERAPAN NILAI SYARIAH TERHADAP MINAT
MENABUNG MASYARAKAT DI BSI
KCP LUMAJANG S. PARMAN**

SKRIPSI

telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu
persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Perbankan Syariah

Hari : Jum'at
Tanggal : 31 Maret 2023

Tim Penguji

Ketua

Sekretaris



Toton Fanshurna, M.E.I
NIP. 198112242011011008



Rini Puji Astuti, S.Kom., M.Si.
NIP. 2016118302

Anggota :

1. Dr. H. Saihan, S.Ag., M.Pd.

2. Dr. M.F. Hidayatullah, S.H.I., M.S.I

Menyetujui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Khandan Rifa'i, S.E., M. Si.
NIP. 19680807200003001

MOTTO

وَلَا تَجْعَلْ يَدَكَ مَغْلُولَةً إِلَىٰ عُنُقِكَ وَلَا تَبْسُطْهَا كُلَّ الْبَسْطِ فَتَقْعُدَ

مُلُومًا مَّحْسُورًا ﴿٢٩﴾

Artinya: “Janganlah engkau jadikan tanganmu terbelenggu pada lehermu (kikir) dan jangan (pula) engkau mengulurkannya secara berlebihan sebab nanti engkau menjadi tercela lagi menyesal.” (Al-Isrā', 17:29)*



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

*Al Qur'an, Al-Isrā' 17:29

PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **“Analisis Pengaruh Promosi, Keunggulan Produk, Dan Penerapan Nilai Syariah Terhadap Minat Menabung Masyarakat Di BSI KCP Lumajang S. Parman”** sebagai salah satu syarat untuk mendapat gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

Dengan segala rasa syukur penulis ucapkan terimakasih kepada pihak yang terlibat langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan skripsi ini. Sehingga dapat diselesaikan dengan baik dan tepat pada waktunya. Dengan rasa bangga dan bahagia penulis sampaikan terimakasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan kesehatan, rahmat, hidayah, rezeki, dan ridho-Nya sehingga dalam penyusunan skripsi dilancarkan, diberi kemudahan dan selesai tepat pada waktunya.
2. Ayah dan Ibu penulis, Bapak Margik beserta Ibu Simah yang senantiasa memberikan dukungan, motivasi, semangat, kasih sayang dan mendoakan setiap langkah yang dilakukan penulis.
3. Kakakku tercinta Muhammad Siadi yang senantiasa selalu mendukung dan membantu dalam penulisan skripsi ini.
4. Keluarga besar penulis yang telah senantiasa membantu dan mendukung penyelesaian skripsi ini.

5. Dosen Pembimbing Bapak Dr. M. F. Hidayatullah S.H.I., M.S.I yang telah senantiasa membimbing dan memberikan arahan dalam penyusunan skripsi ini
6. Segenap civitas akademik FEBI UIN KHAS Jember yang telah memfasilitasi mahasiswa dalam penyelesaian gelar Sarjana Ekonomi ini.
7. Teman-teman seperjuangan perbankan syariah angkatan 2019, khususnya PS2 yang telah bersama-sama berjuang dalam menyelesaikan pendidikan Sarjana Ekonomiu (S.E).
8. Sahabat-sahabat kost Mikha tercinta terutama Asmaaun Nisa' serta sahabat seperjuangan lainnya Lely, Zao, Tania, Hafna, Aliyah, Rina, dan Bunda Nurul yang telah membantu, memberikan semangat dan memotivasi penulis untuk segera menyelesaikan skripsi ini.
9. Sahabat-sahabat tercinta di Kampung halaman Anis, Desti, Khusnul, Ajeng, dan teman-teman lainnya yang senantiasa membantu, memberikan semangat dan memotivasi penulis untuk segera menyelesaikan skripsi ini.
10. Teruntuk pemilik NIM C4119595 yang telah memberikan *support system* terdepan, semangat, motivasi, dan selalu menemani dalam pembuatan skripsi ini hingga selesai.
11. Serta semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, yang telah banyak memberikan bantuan dan arahan dalam penulisan skripsi ini.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur kehadiran Allah SWT. yang telah melimpahkan Rahmat serta Hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Analisis Pengaruh Promosi, Keunggulan Produk, dan Penerapan nilai Syariah Terhadap Minat Menabung Masyarakat di BSI KCP Lumajang S Parman” dengan lancar. Sholawat serta salam semoga tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW. yang selalu dinantikan syafaatnya.

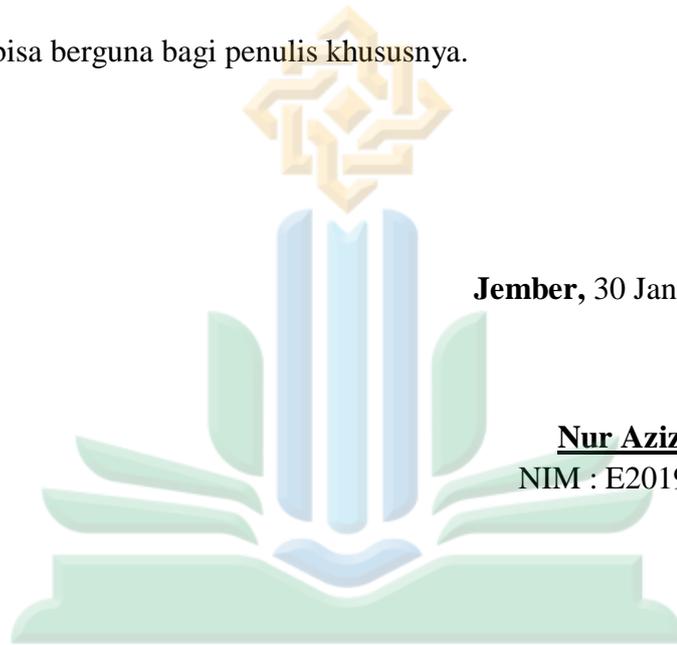
Penyusunan skripsi ini diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Ekonomi Syariah sebagai salah satu persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, kesuksesan dalam penyusunan skripsi ini tentunya karena adanya dukungan dan bantuan dari banyak pihak. Oleh sebab itu, dengan ketulusan hati penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. H. Babun Suharto, SE., MM selaku Rektor Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
2. Dr. Khamdan Rifa'i, SE., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
3. Dr. Nikmatul Masruroh, M.E.I selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam
4. Dr. Abdul Rokhim, S.Ag., M.E.I selaku Dosen Pembimbing Akademik
5. Dr. M.F. Hidayatullah, S.H.I., M.S.I selaku Dosen Pembimbing skripsi

6. Seluruh Civitas Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
7. Serta semua unsur yang membantu dalam mengerjakan skripsi.

Semoga kebaikan selalu diberikan kepada yang berbuat baik, semoga skripsi yang ditulis bisa menambah ilmu pengetahuan untuk siapapun. Dan semoga karya penulis bisa berguna bagi penulis khususnya.



Jember, 30 Januari 2023

Nur Azizah
NIM : E20191080

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

ABSTRAK

Nur Azizah, Dr. M.F. Hidayatullah, S.H.I, M.S.I., 2023: *Analisis Pengaruh Promosi, Keunggulan Produk, Dan Penerapan Nilai Syariah Terhadap Minat Menabung Masyarakat Di BSI KCP Lumajang S. Parman*

Kata Kunci: Promosi, Keunggulan Produk, Penerapan Nilai Syariah, dan Minat Menabung

Promosi merupakan cara bank untuk menarik masyarakat agar tetap menabung di bank. Keunggulan produk adalah kemampuan dan kelebihan suatu produk yang tidak dimiliki oleh produk pesaing yang berguna memberikan manfaat bagi penggunaannya. Selain variabel promosi dan keunggulan produk, yang mempengaruhi minat menabung masyarakat yaitu penerapan nilai syariah juga perlu diterapkan baik dari segi promosi maupun dalam menawarkan keunggulan produk yang dimiliki.

Rumusan masalah: 1) Adakah pengaruh yang signifikan dari Promosi terhadap Minat menabung masyarakat? 2) Adakah pengaruh yang signifikan dari Keunggulan Produk terhadap Minat menabung masyarakat? 3) Adakah pengaruh yang signifikan dari Penerapan Nilai Syariah terhadap Minat menabung masyarakat? 4) Apakah Promosi, Keunggulan Produk, dan Penerapan Nilai Syariah secara simultan berpengaruh terhadap Minat menabung?

Tujuan penelitian: 1) Untuk mengetahui pengaruh dari Promosi terhadap Minat menabung masyarakat di BSI KCP Lumajang S Parman 2) Untuk mengetahui pengaruh dari Keunggulan Produk terhadap Minat menabung masyarakat di BSI KCP Lumajang S Parman 3) Untuk mengetahui pengaruh dari Penerapan Nilai Syariah terhadap Minat menabung masyarakat di BSI KCP Lumajang S Parman 4) Untuk mengetahui pengaruh secara simultan Promosi, Keunggulan Produk, dan Penerapan Nilai Syariah terhadap Minat menabung di BSI KCP Lumajang S Parman

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, jenis penelitian yang digunakan asosiatif, metode pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan total sampel 100 responden, analisis data menggunakan uji validitas, uji realibilitas, uji asumsi klasik, analisis linier berganda, analisis koefisien determinasi, uji parsial atau uji t, dan uji simultan atau uji F.

Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa 1) Promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Menabung Masyarakat, hasil uji t yaitu variabel promosi sebesar $0,352 > 0,05$ dan nilai t hitung $0,936 < 1,661$. 2) Keunggulan Produk berpengaruh signifikan terhadap Minat Menabung Masyarakat, dari hasil uji t nilai signifikansi variabel Keunggulan Produk sebesar $0,005 < 0,05$ dan nilai t hitung hitung $1,982 > t$ tabel $1,661$. 3) Penerapan nilai Syariah berpengaruh signifikan terhadap Minat Menabung masyarakat, hasil uji t nilai signifikansi variabel keunggulan produk sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $4,905 > 1,661$. 4) Terdapat pengaruh secara simultan antara variabel promosi, Keunggulan Produk Penerapan Nilai Syariah terhadap minat menabung masyarakat (Y), hasil uji f yaitu F hitung $21,576 > F$ tabel $2,70$ dan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$.

DAFTAR ISI

HALAMAN COVER	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Manfaat Penelitian.....	11
E. Ruang Lingkup Penelitian.....	12
1. Variabel Penelitian	12
2. Indikator Penelitian	13
F. Definisi Operasional.....	16
G. Asumsi Penelitian.....	18
H. Hipotesis.....	20

I. Sistematika Pembahasan	23
BAB II KAJIAN PUSTAKA	25
A. Penelitian Terdahulu	25
B. Kajian Teori.....	39
1. Promosi	39
2. Keunggulan Produk.....	41
3. Penerapan Nilai Syariah.....	43
4. Minat Menabung Masyarakat	45
BAB III METODE PENELITIAN	47
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	47
B. Populasi dan Sampel	48
C. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data.....	50
1. Teknik Pengumpulan Data	50
2. Instrumen Pengumpulan Data	52
D. Analisis Data	55
1. Uji Instrumen Penelitian.....	55
2. Uji Asumsi Klasik	58
3. Analisis Regresi Linier Berganda.....	60
4. Uji Hipotesis.....	61
5. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	63
BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS	64
A. Gambaran Obyek Penelitian.....	64
B. Penyajian Data.....	75

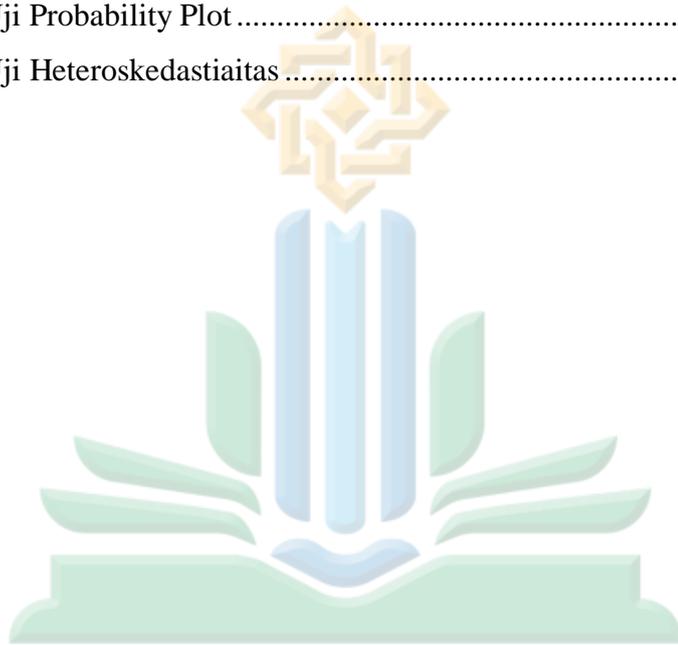
C. Analisis dan Pengujian Hipotesis.....	77
D. PEMBAHASAN	96
BAB V PENUTUP	102
A. Kesimpulan	102
B. Saran-Saran	103
DAFTAR PUSTAKA	105
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
1. Matriks Penelitian	
2. Surat Pernyataan Keaslian Penulisan	
3. Formulir Pengumpulan Data (Kuisisioner)	
4. Surat Permohonan Ijin Penelitian	
5. Surat Persetujuan Penelitian	
6. Surat Keterangan Selesai Penelitian	
7. Jurnal Penelitian	
8. Dokumentasi Penelitian	
9. Lampiran Data Primer (Hasil Analisis Data SPSS)	
10. Surat Keterangan Screening Turnitin	
11. Surat Keterangan Selesai Bimbingan	
12. Biodata Penulis	

DAFTAR TABEL

No	Uraian	Hal.
1.1	Komposisi Pemegang Saham BSI.....	4
1.2	Indikator Penelitian	15
2.1	Matriks Penelitian Terdahulu	33
3.1	Skala <i>Likert</i>	53
3.2	Instrumen Penelitian.....	54
4.1	Jenis Kelamin Responden	76
4.2	Usia Responden.....	76
4.3	Pekerjaan Responden	77
4.4	Pendidikan Terakhir Responden	77
4.5	Gaji Responden	78
4.6	Hasil Uji Validitas Promosi	79
4.7	Hasil Uji Validitas Keunggulan Produk.....	80
4.8	Hasil Uji Validitas Penerapan Nilai syariah.....	81
4.9	Hasil Uji Validitas Minat Menabung	81
4.10	Hasil Uji Reliabilitas	82
4.11	Uji Statistik Deskriptif	83
4.12	Hasil Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov	86
4.13	Hasil Uji Heteroskedastisitas <i>Gojler</i>	88
4.14	Hasil Uji Multikolinieritas	89
4.15	Hasil Uji Regresi Linier Berganda	90
4.16	Hasil Uji <i>t</i>	92
4.17	Hasil Uji <i>F</i>	94
4.18	Hasil Uji Determinasi.....	95

DAFTAR GAMBAR

No.	Uraian	Hal.
1.1	Kerangka Berpikir	19
4.1	Logo BSI.....	64
4.2	Struktur Organisasi BSi KCP Lumajang S. Parman	67
4.3	Hasil Uji Probability Plot.....	85
4.4	Hasil Uji Heteroskedastiaitas.....	87



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bank adalah salah satu jenis lembaga keuangan yang tujuan utamanya adalah menyalurkan dan menyimpan uang. Baik di negara maju maupun negara berkembang, termasuk Indonesia, mayoritas masyarakatnya membutuhkan bank atau lembaga keuangan lain untuk melakukan transaksi keuangan. Bank adalah lembaga keuangan utama yang memainkan peran penting dalam pertumbuhan ekonomi baik negara industri maupun negara berkembang. Orang-orang di negara maju dan berkembang sering terlibat dalam kegiatan keuangan yang berkaitan dengan perbankan, seperti menabung dan meminjam uang dari bank.¹

Umat Islam merupakan mayoritas penduduk Indonesia. Fakta bahwa Indonesia adalah salah satu negara Muslim terbesar di dunia memberikan peluang untuk membangun lembaga keuangan syariah, seperti perbankan syariah.

lembaga keuangan yang melarang pembebanan bunga atau riba atas transaksinya adalah bank syariah atau perbankan syariah. Sebuah lembaga keuangan atau perbankan yang mempraktikkan perbankan syariah mendasarkan operasi dan penawarannya pada Al-Qur'an dan Hadits Nabi Muhammad. Atau, dengan kata lain, bank syariah adalah lembaga keuangan yang terutama terlibat dalam penyediaan keuangan serta layanan lain yang

¹ Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Kencana Pramedia Group, 2011), 29-30.

terkait dengan pembayaran dan peredaran uang, dan praktik bisnisnya mematuhi dasar-dasar hukum Islam.²

Menghimpun dana artinya bank menerima dana dari masyarakat luas untuk disimpan di bank.terdapat berbagai jenis simpanan yang ditawarkan, sehingga masyarakat memiliki banyak pilihan, sekaligus keuntungan yang diharapkan. Untuk menarik minat masyarakat melakukan transaksi di bank, pihak bank melakukan berbagai kemudahan dan keuntungan dengan pelayanan prima menggunakan manajemen perbankan.³

Proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian merupakan bagian dari seni dan ilmu manajemen. Manajemen perbankan syariah adalah ilmu dan seni menjalankan perusahaan jasa perbankan syariah. Disebut seni karena sering menghasilkan acara khusus dan tidak biasa berdasarkan fitur masing-masing institusi. Sebaliknya, itu dianggap sebagai pengetahuan karena dapat diajarkan, ditiru, dan didokumentasikan. Menerapkan manajemen sangat penting untuk pengembangan bisnis perbankan syariah. Manajemen perbankan syariah meliputi manajemen umum, manajemen pemasaran, sumber daya manusia, operasional, keuangan dan manajemen risiko.⁴

Bank perlu memahami perilaku yang menyebabkan nasabah memiliki rasa puas terhadap pelayanan bank. Kolter mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai tingkat keadaan emosi individu sehubungan dengan

² Muhammad, *Pengantar Bisnis Syariah*, (Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2019), 154.

³ Kasmir, *Pengantar Manajemen Keuangan*, (Jakarta: Kencana Pramedia Group, 2020), 212.

⁴ Gita Danupranata, *Buku Ajar Manajemen Perbankan Syariah*, (Jakarta: Salemba Empat, 2013), 36.

perbandingan antara evaluasi kinerja atau hasil produk sehubungan dengan harapan nasabah.⁵

Bank harus mempertahankan kinerja agar dapat berfungsi secara efisien sebagai sektor keuangan. Bank syariah khususnya harus bersaing dengan bank konvensional yang merajai dan berkembang pesat di Indonesia. Agar bisnis di sektor perbankan tetap beroperasi di Indonesia, diperlukan manajemen yang baik untuk mengimbangi daya saing negara yang semakin meningkat. Melakukan hal itu sangat penting bagi industri layanan perbankan. Rencana peningkatan standar layanan yang ditawarkan oleh bank syariah tidak hanya harus berdasarkan undang-undang tetapi juga harus difokuskan pada masyarakat atau nasabah yang akan menggunakan layanan tersebut.

Dengan berdirinya PT Bank Syariah Indonesia Tbk. (BSI) yang berbadan hukum pada tanggal 1 Februari 2021 atau 19 Jumadil Akhir 1442 H, dunia perbankan di Indonesia telah menorehkan sejarah baru. PT Bank BRI syariah Tbk., PT Bank Syariah Mandiri, dan PT Bank BNI Syariah melebur menjadi BSI, sebuah bank.

Karena Bank telah mendapat manfaat dari dukungan pemerintah hingga saat ini, BSI tidak dapat beroperasi tanpa bantuan tersebut. Dengan dorongan tersebut, pengelolaan atau manajemen BSI dapat memenuhi tujuan pemangku kepentingan, membawa manfaat bagi perekonomian nasional dan berperan sebagai katalis ekosistem syariah.

⁵ Andrianto Widjaja, "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Mandiri Tbk.", Sekolah Tinggi Manajemen LABORA, 15 Agustus 2022, <http://www.labora.ac.id/sjurnal/D-JURNAL-6-MKT-AW.PDF>.

Tabel 1.1
Komposisi Pemegang Saham BSI

No.	PEMEGANG SAHAM	% SAHAM
1	PT BANK MANDIRI (PERSERO) Tbk	50,83%
2	PT BNI (PERSERO) Tbk	24,85%
3	PT BRI (PERSERO) Tbk.	17,25%
4	Pemegang saham lainnya	5,00%

Sumber: Data Komposisi Pemegang Saham BSI (<https://ir.bankbsi.co.id>)

Keunggulan ketiga bank syariah digabungkan dalam merger ini untuk memberikan layanan yang lebih komprehensif, jangkauan geografis yang lebih luas, dan peningkatan kapasitas permodalan. BSI (Bank Syariah Indonesia) terpacu untuk bersaing di dunia berkat sinergi korporasi dan dukungan Kementerian BUMN.⁶

Penggabungan ini mendorong persaingan bank syariah di tingkat global dan persaingan dimulai dengan bank syariah dan bank konvensional. Persaingan ini dapat dilihat dari mempengaruhi stabilitas dan pertumbuhan perbankan syariah di Indonesia. Sejak tahun 2015 hingga saat ini, prevalensi perbankan syariah saja terus meningkat di Indonesia. Namun, masih ada beberapa kesenjangan antara bank syariah saja dan bank konvensional.

Terlihat dari perbandingan kantor bank syariah dan kantor bank konvensional bahwa jumlah kantor bank syariah lebih sedikit dibandingkan kantor bank konvensional di Kabupaten Lumajang Provinsi Jawa Timur. Karena itu, bank tradisional tumbuh lebih cepat daripada perbankan syariah. Meski mayoritas penduduk di Kabupaten Lumajang beragama Islam, namun

⁶ BSI. “Sejarah Perseroan”. bankbsi.co.id. 27 Agustus 2022. https://ir.bankbsi.co.id/corporate_history.html.

tidak banyak bank syariah yang ada di daerah tersebut. Hal ini menjadi peluang bagi perbankan syariah, khususnya BSI (Bank Syariah Indonesia), untuk meningkatkan loyalitas nasabah dan membangkitkan minat terhadap produk tabungannya.

Hanya ada 2 cabang PT Bank Syariah Indonesia Tbk. (BSI) di kota Lumajang. Hal ini merupakan tantangan bagi bank syariah terutama BSI untuk menarik minat masyarakat Lumajang terhadap produk dan jasanya. Salah satu permasalahan yang masih sering terjadi di kota kecil seperti Lumajang yaitu Masyarakat umum memiliki kesan bahwa bank syariah menggunakan sistem bunga atau riba. Hal ini menjadi salah satu penyebab rendahnya minat masyarakat terhadap produk dan layanan perbankan syariah.

Dalam hal ini, peran bank syariah harus dapat membuktikan bahwa persepsi tersebut salah. Peranan BSI harus dapat memperkenalkan dengan baik kepada masyarakat, bahwa BSI ada untuk memenuhi kebutuhan jasa keuangan yang harus melakukan penerapan prinsip syariah yang berlandaskan kitab suci Al-qur'an dan perbuatan Nabi atau hadist Nabi. Salah satu kantor cabang terbesar di Lumajang, BSI KCP Lumajang S. Parman mempunyai tanggung jawab untuk mengubah persepsi masyarakat terhadap perbankan syariah agar menjadi peluang untuk memperluas jaringan dan menarik minat masyarakat aatau calon nasabah terhadap produk perbankan syariah. Strategi yang dilakukan untuk memperkenalkan bank syariah yaitu salah satunya dengan melakukan promosi.

Bank menggunakan promosi untuk menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada untuk menabung bersama mereka. Namun demikian, upaya untuk mempromosikan bank juga dapat membuat individu enggan menabung dengan mereka. Akibatnya, bank perlu mahir menggunakan alat-alat promosi antara lain direct marketing, iklan media cetak dan elektronik, dll.⁷

Menurut penelitian Kadek Adi Putra, Sri Purnami dan Nyoman Senimantara promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung.⁸ Menurut Rachmad Nor Firman promosi paling banyak memberi dampak terhadap minat menabung masyarakat di bank syariah yaitu media televisi dan telivisi. Hasil penelitian ini menunjukkan bawa perbankan syariah perlu melakukan kegiatan promosi lebih banyak melalui media media.⁹ Sedangkan menurut penelitian Mawardi promosi tidak berpengaruh terhadap minat masyarakat untuk menabung karena kurang efisien waktu bila promosi dilakukan secara langsung.¹⁰

Selain promosi, produk juga dapat mempengaruhi minat menabung masyarakat yaitu dengan menawarkan keunggulan produk bank tersebut. Pengetahuan produk adalah sebuah pengetahuan dalam bentuk informasi

⁷ Daniel Ortega & Anas Alhifni, "Pengaruh Media Promosi Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Masyarakat di Bank Syariah," *Equilibrium: Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol. 5 No. 1 (2017):89.

⁸ Kadek Adi Putra Gunawan, A.A Sri Purnami dan Nyoman Senimantara. "Pengaruh Faktor Promosi, Pelayanan, Produk, dan Suku Bunga Terhadap Minat Menabung Mahasiswa Pada Bank Umum", *Warmadewa Economic Development Journal* 3 (2), (2020):49.

⁹ Rachmad Nor Firman, "Pengaruh Media Promosi Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Masyarakat di Bank Syariah Mandiri Pasuruan", *Jurnal Dosen STAI Salahuddin Pasuruan* (tt): 8.

¹⁰ Mawardi, "Pengaruh Promosi Tabungan Bank Sumsel Syariah Terhadap Minat Menabung Masyarakat Kota Palembang", *Jurnal Al-Tijary*, Vol. 4 No. 1, (Desember, 2018):50.

terkait produk bank. Kategori informasi produk mencakup *merk*, terminologi produk, produk, atribut atau fitur produk, harga produk, dan ulasan mengenai produk. Pengetahuan produk secara konseptual ialah pemahaman subyektif produsen terhadap produk yang ditawarkan ke nasabah dengan tujuan organisasi mencapai tujuan bisnis dengan menunjukkan keunggulan produk.¹¹ Keunggulan produk ialah kinerja dan keunggulan suatu produk yang tidak dimiliki oleh produk pesaing dan menguntungkan penggunaannya.¹² Setiap bank di Indonesia pasti memberikan atau menawarkan produk seperti penghimpunan dana, penyaluran dana, dan multi jasa. Dalam meningkatkan minat nasabah, BSI perlu menunjukkan keunggulan yang dimiliki produk dan jasanya. Keunggulan produk didapatkan dengan cara menemukan kualitas produk, kesesuaian produk dengan harapan nasabah, dan fungsi produk.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Deti Maylina dan Ade Sofyan Mulazid keunggulan produk tabungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.¹³ Menurut Niken Nastiti, arif Hartono, dan Ika Farida Ulfah menunjukkan nilai signifikan pengetahuan produk berpengaruh signifikan terhadap preferensi penggunaan produk perbankan.¹⁴ Sedangkan

¹¹ Niken Nasiti, Arif Hartono, dan Ika Farida Ulfah, "Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan Perbankan, Pengetahuan Produk Perbankan, Pengetahuan Pelayanan Perbankan, dan Pengetahuan Bagi Hasil Terhadap Preferensi Menggunakan Jasa Perbankan Syariah," *Jurnal Ilmiah Bidang Manajemen dan Bisnis*, Vol.1, No. 1 (2018): 17.

¹² Deti Maylina & Ade Sofyan Mulazid, "Analisis Pengaruh *Service Quality*, *Customer Relationship Management* dan Keunggulan Produk Tabungan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank BRI Syariah," *Islamidina Vol. 19 No. 1* (Maret 2018): 94.

¹³ Deti Maylina & Ade Sofyan, "Analisis Pengaruh *Service Quality*, *Customer Relationship Management* dan Keunggulan Produk Tabungan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank BRI Syariah", *Islamadina: Jurnal Pemikiran Islam*, Vol. 19 No,1 (Maret 2018):103.

¹⁴ Niken Nasiti, Arif Hartono, dan Ika Farida Ulfah, "Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan Perbankan, Pengetahuan Produk Perbankan, Pengetahuan Pelayanan Perbankan, dan

menurut Samsuri potensi ancaman bank syariah adalah teknologi yang semakin meningkat dapat menjadikan pesaing beralih mengembangkan layanan keunggulan produk digitalisasi menjadi lebih baik.¹⁵

Penerapan nilai syariah juga harus diterapkan dengan baik dari segi promosi maupun dalam menawarkan keunggulan produk yang dimiliki. Adanya penerapan nilai syariah ini, maka berkemungkinan sedikit banyaknya dapat berpengaruh terhadap minat masyarakat menabung di BSI.

Perbankan syariah mempunyai tujuan utama menjalankan perbankan syariah dengan tujuan syariah. Oleh karena itu perlu dilakukan pengukuran kinerja berdasarkan tujuan syariah tersebut. Pencapaian kinerja yang diukur dengan cara islami akan lebih bisa diwujudkan apabila bank syariah mengimplementasikan penerapan nilai-nilai syariah dalam operasinya. Apabila penerapan nilai syariah dilakukan dengan baik, maka tujuan syariah akan tercapai. Menerapkan nilai-nilai syariah dalam manajemen bank akan mempengaruhi citra publik dan membangun kepercayaan. Perbankan syariah merupakan bisnis yang dilandasi oleh keimanan, sehingga penerapan nilai-nilai syariah dapat mendorong masyarakat untuk menabung di bank syariah dan melakukan transaksi di Bank Syariah.¹⁶

Pengetahuan Bagi Hasil Terhadap Preferensi Menggunakan Jasa Perbankan Syariah,” *Jurnal Ilmiah Bidang Manajemen dan Bisnis*, Vol.1, No. 1 (2018): 19.

¹⁵ Samsuri, “Strategi Keunggulan Bersaing Melalui Digitalisasi Layanan Produk Pada Bank Syariah Indonesia KCP Rogojampi”, Ribhuna: *Jurnal Keuangan dan Perbankan Syariah*, Vol. 1, No. 1 (2022):52.

¹⁶ Muhammad Reza & Evony Silvino Violita, “Pengaruh Penerapan Nilai-Nilai Islam Terhadap Kinerja Bank Syariah dengan Menggunakan Maqashid Indeks: Studi Lintas Negara”, *Jurnal Dinamika Akuntansi dan Bisnis* Vol. 5 No. 1 (Januari, 2018): 18.

Menurut Adzan Noor Bakri dan Umi Masruro, penerapan nilai-nilai syariah pada perbankan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap terhadap loyalitas nasabah.¹⁷ Menurut Hamdi Agustin, penerapan nilai-nilai perbankan syariah sudah baik. Dari sini dapat disimpulkan bahwa perbankan syariah telah menerapkan nilai syariah dalam operasional bisnisnya.¹⁸ Muhammad Reza dan Evony Silvino, penerapan nilai-nilai islam berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai¹⁹.

Berdasarkan uraian permasalahan dan latar belakang diatas, penulis tertarik untuk mengkaji pengaruh promosi, keunggulan produk dan penerapan nilai syariah dalam meningkatkan minat masyarakat Lumajang menabung di BSI. Sebagai perusahaan perbankan syariah BSI memiliki peluang dan tantangan tersendiri untuk menarik minat masyarakat menabung di BSI. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai judul **“Analisis Pengaruh Promosoi, Keunggulan Produk, dan Penerapan Nilai Syariah Terhadap Minat Menabung Masyarakat di BSI KCP Lumajang S Parman”**.

¹⁷ Adzan Noor Bakri dan Umi Masruroh, “Penerapan Nilai-Nilai Islam dalam Bank Berbasis Syariah dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Nasabah”, *Dinamis: Journal Of Islamic Management and Bussiness*, Vol. 1 No. 1 (April, 2018):38.

¹⁸ Hamdi Agustin, “Analisis Penerapan Nilai-Nilai Islam Pada Bank Syariah Di Pekanbaru,” *Jurnal Tabarru’: Islamic Banking* Vol. 2 No. 2, (November,2019): 28.

¹⁹ Muhammad Reza & Evony Silvino Violita, “Pengaruh Penerapan Nilai-Nilai Islam Terhadap Kinerja Bank Syariah dengan Menggunakan Maqashid Indeks: Studi Lintas Negara”, *Jurnal Dinamika Akuntansi dan Bisnis* Vol. 5 No. 1 (Januari, 2018): 17.

B. Rumusan Masalah

Dari hasil uraian latar belakang di atas maka dapat dirumuskan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini yaitu:

1. Adakah pengaruh yang signifikan dari Promosi terhadap Minat menabung masyarakat di BSI KCP Lumajang S Parman?
2. Adakah pengaruh yang signifikan dari Keunggulan Produk terhadap Minat menabung masyarakat di BSI KCP Lumajang S Parman?
3. Adakah pengaruh yang signifikan dari Penerapan Nilai Syariah terhadap Minat menabung masyarakat di BSI KCP Lumajang S Parman?
4. Apakah Promosi, Keunggulan Produk, dan Penerapan Nilai Syariah secara simultan berpengaruh terhadap Minat menabung di BSI KCP Lumajang S Parman?

C. Tujuan Penelitian

Dari uraian rumusan masalah di atas, maka dapat ditarik tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh dari promosi terhadap Minat menabung masyarakat di BSI KCP Lumajang S Parman
2. Untuk mengetahui pengaruh dari Keunggulan Produk terhadap Minat menabung masyarakat di BSI KCP Lumajang S Parman
3. Untuk mengetahui pengaruh dari Penerapan Nilai Syariah terhadap Minat menabung masyarakat di BSI KCP Lumajang S Parman

4. Untuk mengetahui pengaruh secara simultan Promosi, Keunggulan Produk, dan Penerapan Nilai Syariah terhadap Minat menabung di BSI KCP Lumajang S Parman

D. Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat membawa manfaat bagi berbagai pihak, berikut manfaat hasil penelitian ini yaitu:

1. Manfaat Secara Teoritis

Dari hasil penelitian secara teoritis agar dapat menambah wawasan dan menambah referensi tentang permasalahan yang diteliti. Sehingga dapat memberikan informasi terhadap penulis maupun pihak lain tentang permasalahan yang diteliti.

2. Manfaat Secara Praktis

- a. Manfaat bagi Pihak BSI KCP Lumajang S Parman, dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi arahan pengetahuan untuk peningkatan kinerja lembaga.
- b. Manfaat bagi Akademik, dari hasil penelitian dapat diharapkan membantu mengembangkan wawasan, member pencerahan serta tolak ukur keberhasilan mahasiswa dalam pelaksanaan penelitian.
- c. Manfaat bagi peneliti, dari hasil penelitian dapat memberi tambahan ilmu pengetahuan dan wawasan mengenai permasalahan yang diteliti.

E. Ruang Lingkup Penelitian

1. Variabel Penelitian

Pada bagian variabel penelitian ini peneliti harus menentukan variabel secara jelas dan tegas. Peneliti harus menentukan mana yang menentukan variabel bebas dan variabel terikatnya.²⁰ Secara teoritis, variabel adalah sebagai subyek yang memiliki variasi antara satu orang dengan orang yang lain atau satu objek dengan objek yang lain. Variasi disini artinya variabel tersebut mempunyai nilai, skor, ukuran yang berbeda. Variabel juga dapat merupakan atribut dari bidang keilmuan tertentu.²¹

Variabel penelitian dalam penelitian ini terbagi menjadi dua yaitu Variabel Independen (X) dan Variabel Dependen (Y):

a. Variabel Independen (X)

Variabel independen atau variabel bebas yang biasa disebut dengan variabel *stimulus*, *predictor*, dan *atecedent*. Variabel independen (X) merupakan variabel yang variasinya menjadi sebab terjadinya dan memberikan pengaruh terhadap variabel independen atau variabel terikat.²²

²⁰ Tim Penyusun buku Pedoman Penulisan Karya Ilmiah Institut Agama Islam Negeri Jember, "Pedoman Penulisan Karya Ilmiah Institut Agama Islam Negeri Jember", (Jember : IAIN Jember, 2019), 39.

²¹ Rafika Ulfa, "Variabel Penelitian dalam Penelitian Pendidikan ," *Al-Fathohah: Jurnal Pendidikan dan Keislaman*,(t.t) 344.

²² Sugiyono, "*Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*", (Bandung: Alfabeta, 2016),125.

Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel bebas yang di uji yaitu variabel Promosi (X1), Keunggulan Produk (X2), dan Penerapan Nilai Syariah (X3).

b. Variabel Dependen (Y)

Variabel terikat atau variabel dependen ialah variabel yang dipengaruhi atau merupakan akibat dari variabel bebas. Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi oleh sebab dan akibat adanya variabel independen.²³ Di dalam penelitian ini terdapat satu variabel dependen atau variabel terikat (Y) yang di uji yaitu Minat Menabung Masyarakat (Y).

2. Indikator Penelitian

a. Variabel Independen (X)

1) Promosi (X1)

Promosi adalah kegiatan untuk memperkenalkan suatu produk yang dijual. Tujuan dari promosi untuk memberikan informasi segala jenis produk atau jasa yang ditawarkan dan berusaha untuk menarik minat konsumennya. Promosi mempunyai beberapa indikator sebagai berikut:²⁴

- a) Periklanan (*Advertising*)
- b) Promosi Penjualan
- c) Penjualan Pribadi (*Personel Salling*)

²³ AsikBelajar.com, "Variabel Penelitian Menurut Sugiyono," AsikBelajar.com, 14 September 2022, <https://www.asikbelajar.com/variabel-penelitian-menurut-sugiyono>.

²⁴ Kasmir, *Pemasaran bank*, (Jakarta: Prenamedia Group, 2018), 155..

2) Keunggulan Produk (X2)

Menurut Philip Kotler produk adalah sesuatu yang ditawarkan atau diperdagangkan di pasar. Fungsi produk adalah untuk digunakan dan dikonsumsi agar dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan manusia.²⁵ Berikut adalah beberapa indikator dari keunggulan produk:²⁶

- a) Kualitas Produk
- b) Keunikan Produk
- c) Fungsi Produk

3) Penerapan Nilai Syariah (X3)

Penerapan nilai-nilai syariah dalam perbankan syariah mendukung proses pengembangan bank syariah. Penerapan nilai-nilai syariah yang baik dan benar dalam perbankan syariah, dapat mempengaruhi keputusan masyarakat untuk menjadi nasabah bank syariah. Berikut adalah beberapa indikator dari penerapan nilai syariah:

- a) *Al-Hurriyah* (Kebebasan)
- b) *Al-Adalah* (Keadilan)
- c) *As-Siddiq* (Kejujuran)

²⁵ Kasmir, *Pemasaran bank*, (Jakarta: Prenamedia Group, 2018),125..

²⁶ Isnandi Dony, *Produk yang Berkualitas merupakan Produk yang Unggul*. (Malaysia, 2013), 95.

b. Variabel Dependent (Y)

Variabel dependent atau variabel terikat dalam penelitian ini yaitu minat menabung masyarakat. Berikut beberapa indikator dari minat menabung masyarakat:

- a) Tertarik untuk mencari informasi mengenai produk.
- b) Ingin mengetahui produk.
- c) Ingin memiliki produk

Tabel 1.2
Indikator Penelitian Variabel

No.	Variabel	Indikator	Skala
1.	Promosi (X1)	a. Periklanan (Advertising) b. Penjualan Pribadi (Personal Saling) c. Pemasaran Langsung ²⁷	<i>Likert</i>
	Keunggulan Produk (X2)	a. Kualitas Produk b. Keunikan Produk c. Fungsi Produk ²⁸	<i>Likert</i>
	Penerapan Nilai Islam (X3)	a. <i>Al-Hurriyah</i> (Kebebasan) b. <i>Al-Adalah</i> (Keadilan) c. <i>Ash-Shidiq</i> (Kejujuran) ²⁹	<i>Likert</i>
2.	Minat Menabung (Y)	a. Tertarik untuk mencari informasi mengenai produk. b. Ingin mengetahui produk. c. Ingin memiliki produk ³⁰	<i>Likert</i>

²⁷ Kasmir, *Pemasaran bank*, (Jakarta: Prenamedia Group, 2018),155..

²⁸ Isnandi Dony, *Produk yang Berkualitas merupakan Produk yang Unggul*. (Malaysia, 2013), 95.

²⁹ Hamdi Agustin, "Analisis Penerapan Nilai-Nilai Islam Pada Bank Syariah Di Pekanbaru," *Jurnal Tabarru': Islamic Banking* Vol. 2 No. 2, (November,2019): 29.

³⁰ Yulia Putri, dkk., "Strategi Meningkatkan Minat Menabung di Bank Syariah melalui penerapan Religiusitas," *Jurnal Manajemen dan Bisnis: Performa* Vol. 16 No.1, (Maret 2019): 81.

Penelitian ini menggunakan skala *Likert*, Fungsi Skala *Likert* digunakan untuk menghitung atau mengukur persepsi, sikap, atau pendapat individu atau kelompok tentang suatu peristiwa atau fenomena sosial, berdasarkan kegiatan yang ditentukan oleh peneliti. Skala ini merupakan satu skalapsikometrik yang biasa diaplikasikan dalam angket dan paling sering digunakan untuk riset yang berupa survei.³¹

F. Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan pengertian yang digunakan untuk pijakan pengukuran empiris terhadap variabel yang diteliti dengan rumusan yang didasarkan indikator variabel.³²

1. Promosi

Promosi merupakan kegiatan yang memberi informasi dan menunjukkan produk perusahaan untuk tujuan pemasarannya. Tujuan dari promosi adalah untuk memberikan informasi dan menonjolkan produk perusahaan. Promosi, penjualan pribadi, promosi penjualan, hubungan masyarakat, dan alat pemasaran langsung untuk membantu bisnis mencapai tujuan periklanan dan pemasaran mereka, karena metode periklanan menyebar ke seluruh masyarakat.³³ Periklanan adalah alat penting dalam memberikan informasi produk untuk menginformasikan

³¹ Anip Febtriko & Ira Puspita Sari, "Mengukur Kreatifitas dan Kualitas Pemograman Pada Siswa SMK Kota Pekanbaru," *Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi* Vol. 3 No.1, (2018): 4.

³² Tim Penyusun buku Pedoman Penulisan Karya Ilmiah Institut Agama Islam Negeri Jember, "Pedoman Penulisan Karya Ilmiah Institut Agama Islam Negeri Jember", (Jember : IAIN Jember, 2019), 40.

³³ Daniel Ortega & Anas Alhifni, "Pengaruh Media Promosi Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Masyarakat di Bank Syariah," *Equilibrium: Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol. 5 No. 1 (2017):89.

pelanggan tentang barang atau jasa yang ditawarkan. Promosi adalah bagian penting dalam memberikan penjelasan produk untuk meyakinkan nasabah atau konsumen tentang produk dan jasa yang ditawarkan.

2. Keunggulan Produk

Kemampuan dan keunggulan suatu produk yang tidak dimiliki oleh produk pesaing dan bermanfaat bagi penggunaannya adalah keunggulan produk.³⁴ Keunggulan suatu produk yang dimaksud adalah setiap tawaran produk dan jasa yang diberikan perusahaan atau Bank harus dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan nasabah.

3. Penerapan Nilai Syariah

Amalan dan pemahaman nilai-nilai Islam yang baik dalam bidang perbankan syariah adalah menerapkan nilai-nilai Islam. Pemahaman nilai-nilai syariah didasarkan pada Al-Qur'an dan Hadits. Proses memajukan bank syariah akan dipercepat dengan penerapan nilai-nilai syariah pada bank tersebut. Pemahaman yang jelas tentang hukum syariah dapat mendorong masyarakat umum untuk menjadi nasabah bank.

4. Minat Menabung

Minat membeli adalah hal yang berasal dari pembelajaran dan introspeksi yang memicu proses persepsi. Kemudian minat beli menimbulkan motivasi, yang terus menerus tersimpan dalam benak konsumen dan menjadi keinginan yang sangat kuat, yang awalnya terjadi

³⁴ Deti Maylina & Ade Sofyan Mulazid, "Analisis Pengaruh *Service Quality*, *Customer Relationship Management* dan Keunggulan Produk Tabungan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank BRI Syariah," *Islamidina Vol. 19 No. 1* (Maret 2018): 94.

pada saat konsumen atau pelanggan ingin mewujudkan apa yang ingin dilakukannya.³⁵

Minat dapat diperoleh dengan meningkatkan respons potensial individu dalam industri yang relevan, seperti perbankan. Hal ini mungkin untuk menjadi respon internal atau eksternal.

5. Masyarakat

Masyarakat adalah pelanggan (customer) yaitu individu atau perusahaan yang mendapatkan manfaat atau produk dan jasa dari sebuah perusahaan perbankan meliputi kegiatan pembelian, penyewaan serta layanan jasa. Masyarakat juga dapat diartikan sebagai seseorang yang secara berkelanjutan dan berulang datang ke Bank untuk memuaskan keinginannya dengan memiliki suatu produk dari bank ataupun mendapatkan jasa bank.

G. Asumsi Penelitian

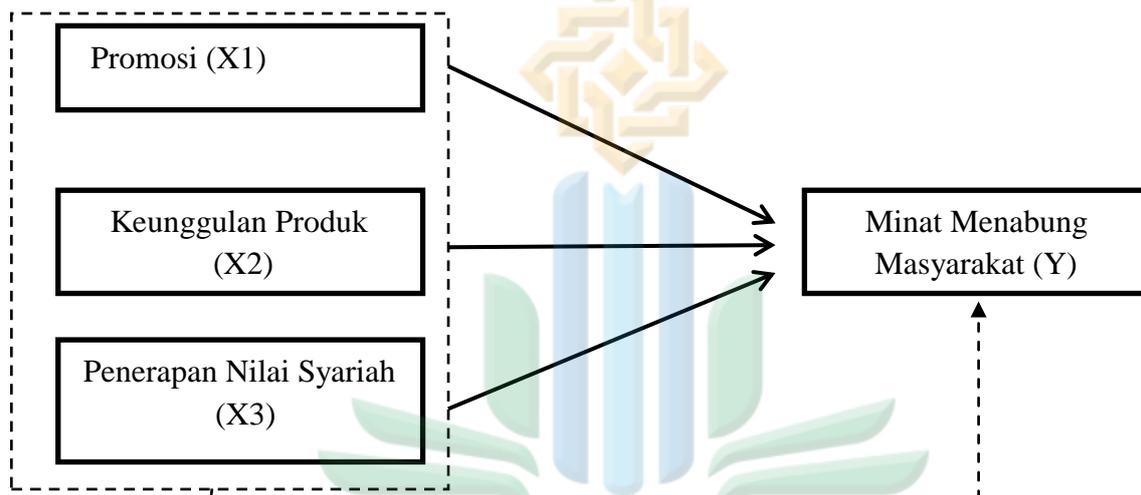
Asumsi penelitian adalah asumsi dasar atau praanggapan, atau titik awal pemikiran yang dianggap kredibel oleh responden. Sebelum peneliti mulai mengumpulkan data, asumsi harus dinyatakan dengan jelas. Asumsi dasar berfungsi baik sebagai penjelasan yang jelas tentang masalah yang ada maupun sebagai petunjuk kemungkinan bahwa itu adalah satu, bukan hanya perbaikan cepat.³⁶

³⁵ Roni Andespa, “ Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Menabung Di Bank Syariah,” *Al-Masrof: Jurnal Lembaga Keuangan dan perbankan*, Vol. 2 No. 1, (Januari-Juni 2017): 44.

³⁶ Tim Penyusun buku Pedoman Penulisan Karya Ilmiah Institut Agama Islam Negeri Jember, “*Pedoman Penulisan Karya Ilmiah Institut Agama Islam Negeri Jember*”, (Jember : IAIN Jember, 2019).41.

Asumsi berdasarkan temuan penelitian ini menunjukkan bahwa periklanan, keunggulan produk, dan penerapan nilai-nilai syariah berpengaruh signifikan terhadap tujuan masyarakat Lumajang yang tercakup dalam BSI KCP Lumajang S Parman .

Gambar 1.1
Kerangka Berpikir



Keterangan:

- > =Pengaruh Variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) secara parsial.
- > =Pengaruh Variabel Bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) secara simultan.

Kerangka berfikir diatas digunakan untuk member penjelasan dan menentukan presepsi-presepsi hubungan antara variabel Promosi (X1), Keunggulan Produk (X2), dan Penerapan Nilai Syariah (X3) masing-masing berpengaruh terhadap variabel terikatnya minat menabung (Y).

H. Hipotesis

Menurut etimologi, hipotesis terdiri dari kata hipotesis dan tesis. *Hypo* berarti "berlebihan", sedangkan *tesis* berarti "kebenaran". Kedua kata tersebut kemudian dipakai bersama-sama untuk menunjukkan hipotesis, yang muncul dalam ejaan bahasa Indonesia dan kemudian diubah menjadi menunjukkan hipotesis. Hipotesis didefinisikan sebagai persepsi realitas yang terdistorsi atau tidak lengkap, oleh karena itu harus dihilangkan dengan pemeriksaan sistematis bukti yang relevan. Tugas pekerjaan rumah ini hanya dapat diselesaikan dengan menggunakan data dari hipotesis kisi.³⁷ Hipotesis adalah klaim tentang satu atau lebih populasi yang harus diverifikasi kebenarannya menggunakan prosedur pembuatan hipotesis. Hipotesis yang disebutkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menurut Kadek Adi Putra Gunawan, A.A Sri Purnami dan Nyoman³⁸, dan Rahmat Nor Firman³⁹ hasil analisis menunjukkan bahwa Promosi (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap tujuan mengangkat populasi umum. Sedangkan menurut Mawardi⁴⁰ Promosi (X1) hal itu tidak berdampak signifikan terhadap tujuan mengangkat populasi secara umum. Menurut hasil penelitian terdahulu tersebut, penulis dapat mengajukan hipotesis atau jawaban sementara dalam penelitian ini sebagai berikut:

³⁷ Burhan Bungin, *Metodelogi Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Kencana 2005),85.

³⁸ Kadek Adi Putra Gunawan, A.A Sri Purnami dan Nyoman Senimantara. "Pengaruh Faktor Promosi, Pelayanan, Produk, dan Suku Bunga Terhadap Minat Menabung Mahasiswa Pada Bank Umum", *Warmadewa Economic Development Journal* 3 (2), (2020):49.

³⁹ Rachmad Nor Firman, "Pengaruh Media Promosi Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Masyarakat di Bank Syariah Mandiri Pasuruan", *Jurnal Dosen STAI Salahuddin Pasuruan* (tt): 8.

⁴⁰ Mawardi, "Pengaruh Promosi Tabungan Bank Sumsel Syariah Terhadap Minat Menabung Masyarakat Kota Palembang", *Jurnal Al-Tijary*, Vol. 4 No. 1, (Desember, 2018):50.

H0 : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Promosi (X1) terhadap minat menabung masyarakat di BSI KCP Lumajang S. Parman.

H1 : Terdapat pengaruh yang signifikan antara Promosi (X1) terhadap minat menabung masyarakat di BSI KCP Lumajang S. Parman.

2. Menurut Deti Maylina dan Ade Sofyan Mulazid⁴¹, Niken Nastiti, Arif Hartono dan Ika Farida Ulfah⁴², dan Samsuri⁴³ hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh dampak produk tabungan terhadap loyalitas dan kesetiaan masyarakat umum adalah signifikan.

Menurut hasil penelitian terdahulu tersebut, penulis dapat mengajukan hipotesis atau jawaban sementara dalam penelitian ini sebagai berikut:

H0 : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Kenggulan Produk (X2) terhadap minat menabung masyarakat di BSI KCP Lumajang S. Parman.

H2 : Terdapat pengaruh yang signifikan antara Kenggulan Produk (X2) terhadap minat menabung masyarakat di BSI KCP Lumajang S. Parman.

⁴¹ Deti Maylina & Ade Sofyan, "Analisis Pengaruh Service Quality, Customer Relationship Management dan Keunggulan Produk Tabungan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank BRI Syariah", *Islamadina: Jurnal Pemikiran Islam*, Vol. 19 No,1 (Maret 2018):103.

⁴² Niken Nasiti, Arif Hartono, dan Ika Farida Ulfah, "Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan Perbankan, Pengetahuan Produk Perbankan, Pengetahuan Pelayanan Perbankan, dan Pengetahuan Bagi Hasil Terhadap Preferensi Menggunakan Jasa Perbankan Syariah," *Jurnal Ilmiah Bidang Manajemen dan Bisnis*, Vol.1, No. 1 (2018): 19.

⁴³ Samsuri, "Strategi Keunggulan Bersaing Melalui Digitalisasi Layanan Produk Pada Bank Syariah Indonesia KCP Rogojampi", *Ribhuna: Jurnal Keuangan dan Perbankan Syariah*, Vol. 1, No. 1 (2022):52.

3. Menurut Adzan Noor Bakri dan Umi Masruroh⁴⁴, Hamdi Agustin⁴⁵, dan Muhammad Reza & Evony Silvino Violita⁴⁶, hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh penerapan nilai syariah tabungan terhadap loyalitas nasabah adalah signifikan.

Menurut hasil penelitian terdahulu tersebut, penulis dapat mengajukan hipotesis atau jawaban sementara dalam penelitian ini sebagai berikut:

H0 : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Penerapan Nilai Syariah (X3) terhadap minat menabung masyarakat di BSI KCP Lumajang S Parman.

H3 : Terdapat pengaruh yang signifikan antara Penerapan Nilai Syariah (X3) terhadap minat menabung masyarakat di BSI KCP Lumajang S. Parman.

4. Berdasarkan menurut hasil penelitian terdahulu yang telah penulis dicantumkan diatas, maka hipotesis yang diajukan sebagai jawaban sementara sebagai berikut:

H0 : Tidak terdapat pengaruh secara simultan antara Promosi (X1), Keunggulan Produk (X2), dan Penerapan Nilai Syariah (X3) terhadap minat menabung masyarakat di BSI KCP Lumajang S Parman.

⁴⁴ Adzan Noor Bakri dan Umi Masruroh, "Penerapan Nilai-Nilai Islam dalam Bank Berbasis Syariah dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Nasabah", *Dinamis: Journal Of Islamic Management and Bussiness*, Vol. 1 No. 1 (April, 2018):38.

⁴⁵ Hamdi Agustin, "Analisis Penerapan Nilai-Nilai Islam Pada Bank Syariah Di Pekanbaru," *Jurnal Tabarru': Islamic Banking* Vol. 2 No. 2, (November,2019): 28.

⁴⁶ Muhammad Reza & Evony Silvino Violita, "Pengaruh Penerapan Nilai-Nilai Islam Terhadap Kinerja Bank Syariah dengan Menggunakan Maqashid Indeks: Studi Lintas Negara", *Jurnal Dinamika Akuntansi dan Bisnis* Vol. 5 No. 1 (Januari, 2018): 17.

H4 : Terdapat pengaruh secara simultan antara Promosi (X1), Keunggulan Produk (X2), dan Penerapan Nilai Syariah (X3) terhadap minat menabung masyarakat di BSI KCP Lumajang S. Parman.

I. Sistematika Pembahasan

Menurut metodologi sistematis penulisan yang digunakan dalam penelitian ini, yang berfokus pada pedoman penulisan karya ilmiah IAIN Jember 2019, metodologi sistematis berikut digunakan dalam penelitian ini: Menurut metodologi sistematis yang digunakan dalam penelitian ini, yang berfokus pada IAIN Jember 2019 pedoman penulisan karya ilmiah, metodologi sistematis berikut digunakan dalam penelitian ini:

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bagian ini, istilah uraian latar belakang masalah, rumusan masalah atau fokus masalah, tujuan penelitian, tujuan penelitian, lingkup penelitian, definisi kegiatan, asumsi penelitian, dan sistematika. penelitian dibahas.

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

Bagian ini menjelaskan tentang teori yang berhubungan dengan pembahasan terdiri dari penelitian terdahulu serta kajian teori.

BAB III : METODELOGI PENELITIAN

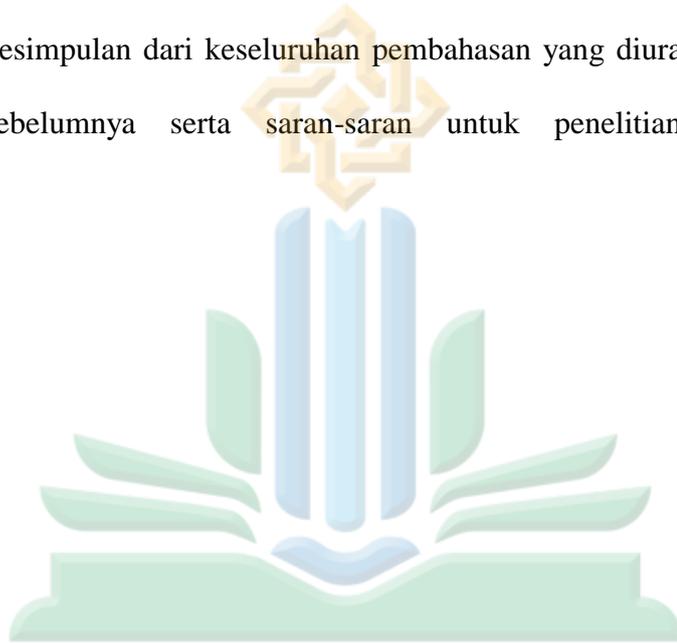
Bagian ini menjelaskan metode dan jenis penelitian yang digunakan, populasi dan sampel, metode dan instrumen pengumpulan data, analisis data.

BAB IV : PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

Bagian ini memuat informasi tentang deskripsi objek penelitian, pengumpulan data, analisis, dan hipotesis, serta pembahasan.

BAB V : PENUTUP

Bagian ini Bab ini merupakan bab terakhir yang mencakup kesimpulan dari keseluruhan pembahasan yang diuraikan pada bab sebelumnya serta saran-saran untuk penelitian selanjutnya.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan strategi yang digunakan penulis untuk mencari pasangan dan dijadikan pedoman atau dasar untuk penelitian selanjutnya. Sangat penting untuk memahami bagaimana hasil survei sebelumnya dibandingkan dengan yang dilakukan sekarang.

Tujuan dari penelitian terdahulu yaitu untuk meminimalisir terjadinya plagiasi dan membantu menjadikan keorisinal penelitian. Dalam meminimalisir penelitian dengan objek yang sama dan pengulangan terhadap suatu penelitian yang sama serta menghindari anggapan plagiasi terhadap karya tertentu, maka diperlukan penjabaran terhadap penelitian sebelumnya.

Setelah mencari penelitian terdahulu, penulis menggunakan beberapa penelitian sebagai referensi sambil memodifikasi penelitian sehubungan dengan penelitian yang akan datang. Dengan ini penulis mengemukakan beberapa karya ilmiah yang memiliki kemiripan dengan tema yang akan penulis lakukan penelitian. Berikut ringkasan penelitian terdahulu:

1. **“Pengaruh Promosi, Religiusitas, dan Kepercayaan Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah dengan Pengetahuan Masyarakat Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Masyarakat di Kota Salatiga)”**, 2018. Ditulis oleh Taufik Saifudin, IAIN Salatiga. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode kuantitatif. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh promosi, religiusitas, dan

kepercayaan terhadap kemauan masyarakat untuk menyimpan uang di bank syariah sebagai variabel intervening. Berdasarkan hasil putaran pertama, ditemukan bahwa terdapat berbagai faktor agama dan indikator promosi positif dan kepercayaan yang signifikan dan signifikan terhadap jumlah orang yang menyimpan uang di bank syariah untuk masyarakat umum. tabungan. Hasil penelitian kedua menunjukkan bahwa faktor promosi, agama, dan amanah berpengaruh positif dan signifikan terhadap pemahaman masyarakat terhadap perbankan syariah. Variabel pengetahuan tidak mampu memediasi promosi, religiusitas, dan kepercayaan secara memadai terkait dengan keinginan penduduk untuk bergabung dengan bank halal.⁴⁷

2. **“Analisis Pengaruh *Service Quality*, *Customer Relationship Management* dan Keunggulan Produk Tabungan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank BRI Syariah”, 2018.** Ditulis oleh Deti Maylina dan Ade Sofyan Mulazid. Metode penelitian yang digunakan yaitu pendekatan kuantitatif. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dan mengidentifikasi pengaruh kualitas layanan, CRM, dan keunggulan produk tabungan terhadap loyalitas nasabah pada Bank BRISyariah. Diharapkan hasil kajian ini dapat diberikan secara khusus kepada Bank BRI Syariah Cabang Abdul Muis. Mendapatkan nasabah yang lebih berdedikasi dan memperkuat nasabah yang sudah teridentifikasi berdedikasi kepada Bank BRI Syariah. Topik esai ini adalah nasabah aktif

⁴⁷ Taufik Saifudin, “*Pengaruh Promosi, Religiusitas, dan Kepercayaan Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah dengan Pengetahuan Masyarakat Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Masyarakat di Kota Salatiga)*”, (Skripsi: IAIN Salatiga, 2018).

Bank BRI Syariah. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, dan pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner lambat dan menggunakan teknik purposive sampling. Temuan penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan pelanggan, manajemen hubungan pelanggan, dan desain produk semuanya berdampak pada loyalitas kesultanan.⁴⁸

- 3. “Pengaruh Penerapan Nilai-Nilai Islam Terhadap Kinerja Bank Syariah dengan Menggunakan Maqashid Indeks: Studi Lintas Negara”**, 2018. Dalam jurnal penelitian yang ditulis oleh Muhammad Reza dan Evony Silvino. Metode penelitian yang digunakan yaitu pendekatan kuantitatif. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi kelemahan-kelemahan hukum yang berkaitan dengan praktik perbankan syariah. Penerapan nilai-nilai Islam diukur dengan skor pengungkapan nilai-nilai Islam dalam laporan tahunan, sedangkan kinerja Bank diprosikan dengan indeks Maqashid. Dengan aset tertinggi di bank syariah, sampel diambil dari sembilan negara berbeda. Jumlahnya sekitar 26 atau 79 bank syariah. Pengujian hipotesis menggunakan data panel secara regresi. Studi ini menunjukkan bahwa dampak perbankan syariah terhadap kinerja operasional bank cukup baik. Hasil kajian menunjukkan

⁴⁸ Deti Maylina & Ade Sofyan, “Analisis Pengaruh *Service Quality*, *Customer Relationship Management* dan Keunggulan Produk Tabungan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank BRI Syariah”, *Islamadina: Jurnal Pemikiran Islam*, Vol. 19 No,1 (Maret 2018):89.

bahwa peningkatan kepatuhan syariah pada bank akan meningkatkan produktivitas bank.⁴⁹

4. **“Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi terhadap Minat Menabung dengan Pengetahuan Keunggulan Produk Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada BRI Syariah KC Semarang)”**, 2018. Skripsi Muhammad Mufti Syarif. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami bagaimana hubungan promosi, kualitas layanan, dan lokasi dengan pemahaman pemahaman produk sebagai variabel intervening. Analisis yang dimaksud menggunakan jenis analisis kuantitatif. 100 orang digunakan sebagai sampel untuk wawancara dengan menggunakan teknik incidental sampling. Uji validitas, uji reliabilitas, uji t, uji F, dan analisis koefisien determinasi, uji asumsi klasik, dan analisis jalur merupakan teknik analisis data yang digunakan. Hasil penelitian ini meliputi berbagai promosi, kualitas pekerjaan yang dilakukan, lokasi, dan pemahaman tentang bagaimana produk mempengaruhi waktu secara positif dan signifikan.⁵⁰
5. **“Penerapan Nilai-Nilai Islam dalam Bank Berbasis Syariah dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Nasabah”**, 2018. Ditulis dalam jurnal oleh Adzan Noor Bakri dan Umi Masruroh. Tujuan dari esai ini adalah untuk memahami bagaimana doktrin nilai-nilai Islam mempengaruhi

⁴⁹ Muhammad Reza & Evony Silvino Violita, “Pengaruh Penerapan Nilai-Nilai Islam Terhadap Kinerja Bank Syariah dengan Menggunakan Maqashid Indeks: Studi Lintas Negara”, *Jurnal Dinamika Akuntansi dan Bisnis* Vol. 5 No. 1 (Januari, 2018): 17.

⁵⁰ Muhammad Mufti Syarif, “Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi terhadap Minat Menabung dengan Pengetahuan Keunggulan Produk sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Bri Syariah KC Semarang)”, (Skripsi: IAIN Salatiga, 2018).

kesetiaan seseorang. Metode analisis yang digunakan adalah metode kuantitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan melibatkan penggunaan second-order data dengan menggunakan metode purposive sampling. Dalam temuan penelitian ini, sistem nilai Islam berhubungan secara signifikan dengan loyalitas seseorang.⁵¹

6. “Pengaruh Kualitas Layanan dan Promosi Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank BRISyariah KCP Genteng Banyuwangi”, 2019.

Ditulis oleh Husnul Achlaq, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Jember. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan nasabah dan promosi sudah merata dan sekaligus merugikan perlakuan umat Islam di BRISyariah KCP Genteng Banyuwangi. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan promosi yang ditawarkan oleh Bank BRI Syariah KCP Genteng Banyuwangi dengan thitung > ttabel ($9,456 > 1,982$) dan ($3,398 > 1,982$) meningkat secara signifikan. Hasil uji F menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan promosi berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan nasabah pada bank BRI Syariah KCP Genteng Banyuwangi dengan nilai masing-masing F hitung > F tabel ($69,347 > 3,940$).⁵²

7. “Analisis Penerapan Nilai-Nilai Islam Pada Bank Syariah di Pekanbaru”, 2019. Jurnal yang ditulis oleh Hamdi Agustin. Metode

⁵¹ Adzan Noor Bakri dan Umi Masruroh, “Penerapan Nilai-Nilai Islam dalam Bank Berbasis Syariah dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Nasabah”, *Dinamis: Journal Of Islamic Management and Bussiness*, Vol. 1 No. 1 (April, 2018):38.

⁵² Husnul Aclaq, “Pengaruh Kualitas Layanan dan Promosi Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank BRISyariah KCP Genteng Banyuwangi”, (Skripsi: IAIN Jember, 2018).

Penelitian yang digunakan yaitu metode kuantitatif. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji penggunaan bahasa terkait Islam di bank syariah Pekanbaru. Jumlah total responden dalam penelitian ini adalah 32 orang, dan mereka telah mengisi semua kuesioner yang telah diberikan kepada mereka. Metodologi yang digunakan adalah skala Likert. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa praktik Islam di Perbankan Syariah Pekanbaru saat ini berhasil. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Perbankan Syariah di Pekanbaru telah menerapkan syariat Islam dalam operasionalnya sehari-hari. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa Bank Syariah Pekanbaru memiliki pemahaman yang mendalam dan komitmen terhadap prinsip-prinsip syariah, sehingga pelestarian syariat Islam di sana berhasil.⁵³

8. **“Pengaruh Faktor Promosi, Pelayanan, Produk, dan Suku Bunga Terhadap Minat Menabung Mahasiswa Pada Bank Umum (Studi Kasus BNI 46)”, 2020.** Dalam jurnal penelitian yang ditulis oleh Kadek Adi Putra Gunawan, A.A Sri Purnami dan Nyoman Senimantara. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh promosi, penempatan produk, dan harga bundel terhadap jumlah wanita yang menggunakan bank universal untuk berbisnis. Metodologi yang digunakan untuk analisis adalah pendekatan kuantitatif. Uji regresi linier berganda, uji asumsi klasik, uji determinasi (R²), uji t, dan uji F merupakan teknik analisis data yang digunakan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Promosi,

⁵³ Hamdi agustin, “Analisis Penerapan Nilai-Nilai islam Pada Bank Syariah di Pekanbaru”, *Jurnal Tabarru’: Islamic Banking and Finance*, Vol.2 No.2 (November, 2019): 28.

Pelayanan, Produk, dan Suku Bunga berpengaruh positif dan signifikan terhadap jumlah uang mahasiswa pada bank secara keseluruhan. Ketika hasil Promosi, Layanan, Produk, dan Suku Bunga digabungkan, mereka memiliki dampak yang signifikan terhadap jumlah wanita yang merampok bank.⁵⁴

9. **“Pengaruh Pengetahuan Masyarakat dan Minat Penerapan Nilai Islam Terhadap Keputusan Menggunakan Tabungan Perbankan Syariah (Studi Kasus Masyarakat Kota Langsa)”**, 2020. Jurnal yang ditulis oleh Faisal Umardani Hasibuan dan Rahma Wahyuni. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengetahuan masyarakat terhadap keputusan menggunakan produk tabungan perbankan syariah dan mengetahui pengaruh penerapan nilai-nilai islam terhadap keputusan menggunakan produk tabungan perbankan syariah (Studi kasus masyarakat Kota Langsa). Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Teknik analisis yang digunakan yaitu uji asumsi klasik, regresi linier berganda, dan uji hipotesis. Hasil uji F pada penelitian ini berpengaruh secara simultan variabel pengetahuan masyarakat dan minat penerapan nilai-nilai islam terhadap keputusan menggunakan produk tabungan. Hasil uji t pada penelitian ini berpengaruh signifikan

⁵⁴ Kadek Adi Putra Gunawan, A.A Sri Purnami dan Nyoman Senimantara. “ Pengaruh Faktor Promosi, Pelayanan, Produk, dan Suku Bunga Terhadap Minat Menabung Mahasiswa Pada Bank Umum”, *Warmadewa Economic Development Journal* 3 (2), (2020):45.

secara parsial variabel pengetahuan masyarakat dan minat penerapan nilai-nilai islam terhadap keputusan menggunakan produk tabungan.⁵⁵

10. “Pengaruh Media Promosi Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Masyarakat di Bank Syariah Indonesia Kudus”, 2022.

Ditulis oleh Venomena Candrakuncaraningsih. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan bagaimana minat masyarakat untuk menabung di Bank Syariah Indonesia Kudus dipengaruhi oleh media promosi bank syariah. Fokus utama penelitian ini adalah pada iklan di media cetak, broadcast dan online. Dalam penelitian ini digunakan metode deskriptif kuantitatif dengan regresi linier sebagai alat analisis. Data diperoleh dari sumber primer melalui kuesioner yang tersedia untuk masyarakat umum. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media promosi di televisi dan internet tetap memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keinginan masyarakat untuk menabung di Bank Syariah Indonesia Kudus. Menjadi jelas bahwa surat kabar tidak lagi menjadi bentuk periklanan yang efektif bagi Bank Syariah Indonesia Kudus ketika variabel surat kabar adalah media promosi yang efeknya berkurang.⁵⁶

⁵⁵ Faisal Umardani Hasibuan dan Rahma Wahyuni, ” Pengaruh Pengetahuan Masyarakat dan Minat Penerapan Nilai Islam Terhadap Keputusan Menggunakan Tabungan Perbankan Syariah (Studi Kasus Masyarakat Kota Langsa)”, *JIEI: Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6 (01), (2020):22.

⁵⁶ Venomena Candrakuncaraningsih, “Pengaruh Media Promosi Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Masyarakat di Bank Syariah Indonesia Kudus”, *JIEI: Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(02), (2022): 1724.

Tabel 2.1
Matriks Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul	Persamaan	Perbedaan	Tahun
1.	Taufik Saifuddin (Institut Agama Islam Negeri Salatiga)	Pengaruh Promosi, Religiusitas , dan Kepercayaan Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah dengan Pengetahuan Masyarakat Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Masyarakat di Kota Salatiga)	<ul style="list-style-type: none"> • Kesamaan dalam penggunaan variabel bebas Promosi dan variabel terikat minat masyarakat menabung di Bank Syariah. • Kesamaan metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif. 	<ul style="list-style-type: none"> • Pada penelitian sebelumnya variabel yang digunakan selain promosi adalah religiusitas dan kepercayaan, namun pada penelitian sekarang variabel yang digunakan adalah “keunggulan produk dan promosi. 	2018
2.	Deti Maylina dan Ade Sofyan Mulazid (UIN Syarif Hidayatullah Jakarta)	Analisis Pengaruh <i>Service Quality,</i> <i>Customer Relationship Management</i> dan Keunggulan Produk Tabungan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank	<ul style="list-style-type: none"> • Kesamaan penggunaan variabel independen keunggulan produk • Kesamaan penggunaan metode pendekatan kuantitatif 	<ul style="list-style-type: none"> • Penelitian terdahulu lebih fokus pada loyalitas nasabah, sedangkan penelitian ini lebih fokus pada minat menabung masyarakat di bank 	2018

		BRI Syariah		syariah	
3.	Muhammad Reza dan Evony Silvino Viollita (Universitas Indonesia)	Pengaruh Penerapan Nilai-Nilai Islam Terhadap Kinerja Bank Syariah dengan Menggunakan Maqashid Indeks: Studi Lintas Negara	<ul style="list-style-type: none"> • Kesamaan penggunaan variabel bebas penerapan nilai-nilai islam. • Kesamaan penggunaan metode pendekatan kuantitatif. 	<ul style="list-style-type: none"> • Peneliti terdahulu lebih fokus pada kinerja bank syariah, sedangkan dalam penelitian ini lebih fokus pada minat masyarakat terhadap bank syariah. 	2018
4.	Muhammad Mufti Syarif (IAIN Salatiga)	Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi Terhadap Minat Menabung dengan Pengetahuan Keunggulan Produk Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada BRI Syariah KC Semarang)	<ul style="list-style-type: none"> • Kesamaan penggunaan variabel bebas promosi dan variabel terikat minat menabung. • Kesamaan penggunaan metode pendekatan kuantitatif. • Menggunakan 100 orang responden 	<ul style="list-style-type: none"> • Penelitian sebelumnya menggunakan teknik incidental sampling, yaitu penentuan sampel berdasarkan kebetulan. Sebaliknya, penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling dengan teknik 	2018

				analisis karakteristik yang relevan..	
5.	Adzan Noor Bakri dan Umi Masruroh	Penerapan Nilai-Nilai Islam dalam Bank Berbasis Syariah dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Nasabah	<ul style="list-style-type: none"> • Kesamaan penggunaan variabel independen penerapan nilai syariah • Kesamaan penggunaan metode kuantitatif 	<ul style="list-style-type: none"> • Penelitian terdahulu lebih fokus pada loyalitas nasabah sedangkan pada penelitian ini fokus pada minat menabung masyarakat. 	2018
6	Husnul Achlaq (Institut Agama Islam Negeri Jember)	Pengaruh Kualitas Layanan dan Promosi Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank BRI Syariah KCP Genteng Banyuwangi	<ul style="list-style-type: none"> • Kesamaan penggunaan Variabel promosi sebagai variabel independen • Menggunakan metode pendekatan kuantitatif 	<ul style="list-style-type: none"> • Penelitian sebelumnya menggunakan variabel dengan layanan dan promosi pelanggan berkualitas rendah. Sebaliknya, dalam penelitian ini fokus variabel meliputi promosi, penawaran produk, dan kepatuhan terhadap hukum 	2019

				<p>syariah..</p> <ul style="list-style-type: none"> • Variabel pada penelitian sebelumnya adalah hasil dari niat partisipan. Sedangkan variabel terpenting dalam penelitian ini adalah minat menabung di BSI. 	
7.	Hamdi Agustin (Universitas Islam Riau)	Analisis Penerapan Nilai-Nilai islam Pada Bank Syariah di Pekanbaru	<ul style="list-style-type: none"> • Kesamaan penggunaan metode kuantitatif • Kesamaan penggunaan variabel penerapan nilai-nilai syariah 	<ul style="list-style-type: none"> • Penelitian sebelumnya lebih fokus pada implementasi syariat Islam, sedangkan penelitian sekarang lebih fokus pada mendorong masyarakat umum untuk menggunakan bank syariah. 	2019
8.	Kadek Adi Putra Gunawan, A.A Sri Purnami dan Nyoman Senimantara.	Pengaruh Faktor Promosi, Pelayanan, Produk, dan	<ul style="list-style-type: none"> • Kesamaan penggunaan variabel bebas promosi 	<ul style="list-style-type: none"> • Peneliti terdahulu lebih fokus pada bank 	2020

	(Universitas Warmadewa Denpasar Bali)	Suku Bunga Terhadap Minat Menabung Mahasiswa Pada Bank Umum	<p>dan produk dan kesamaan penggunaan variabel terikat minat menabung.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kesamaan penggunaan metode penelitian kuantitatif. 	<p>umum, sedangkan penelitian ini berfokus pada BSI</p> <ul style="list-style-type: none"> • Peneliti terdahulu responden nya mahasiswa, sedangkan dalam penelitian ini adalah masyarakat dengan kriteria tertentu. • Variabel yang digunakan peneliti terdahulu selain promosi dan produk adalah pelayanan dan suku bunga, sedangkan dalam penelitian ini adalah penerapan nilai syariah. • Perbedaan wilayah yang diteliti 	
9.	Faisal Umardani Hasibuan dan	Pengaruh Pengetahuan	<ul style="list-style-type: none"> • Kesamaan penggunaan 	<ul style="list-style-type: none"> • Perbedaan 	2020

	Rahma Wahyuni (IAIN Langsa)	n Masyarakat dan Minat Penerapan Nilai Islam Terhadap Keputusan Menggunakan Tabungan Perbankan Syariah (Studi Kasus Masyarakat Kota Langsa.	n variabel dependen yaitu ketertarikan terhadap produk tabungan. <ul style="list-style-type: none"> • Kesamaan metode penelitian kuantitatif • Menggunakan 100 orang responden 	variabel independen yang digunakan <ul style="list-style-type: none"> • Perbedaan wilayah yang diteliti 	
10.	Venomena Candrakuncaraningsih	Pengaruh Media Promosi Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Masyarakat di Bank Syariah Indonesia Kudus	<ul style="list-style-type: none"> • Pengambilan data dari kuisioner • Kesamaan variabel Y yaitu minat menabung 	<ul style="list-style-type: none"> • Perbedaan objek penelitian • Jenis pendekatan penelitian ini yaitu kuantitatif asosiatif sedangkan pada penelitian terdahulu menggunakan kuantitatif deskriptif. 	2022

B. Kajian Teori

Bagian ini menawarkan pembahasan tentang teori yang digunakan sebagai dasar penyelidikan. Pembahasan yang lebih luas dan mendalam akan mengawali wawasan peneliti dalam mempelajari masalah yang akan dipecahkan sesuai dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian.⁵⁷

1. Promosi

a. Pengertian Promosi

Bagi perusahaan kegiatan pemasaran adalah hal yang pokok yang harus dilakukan. Karena dengan adanya pemasaran maka akan memungkinkan perusahaan memperoleh laba. Salah satu strategi pemasaran yaitu promosi. Promosi adalah strategi untuk mengkomunikasikan dan menekankan produk yang dilakukan oleh suatu perusahaan tertentu kepada khalayak penjualan produk tersebut.⁵⁸

Menurut Lupiyoadi, promosi merupakan salah satu jenis strategi sosialisasi dimana bank berkomunikasi dengan nasabah untuk menjelaskan suatu produk sehingga nasabah dapat memperoleh informasi yang jelas mengenai produk yang ditawarkan bank dan kemudian memilih produk yang sesuai.⁵⁹

⁵⁷ Tim Penyusun buku Pedoman Penulisan Karya Ilmiah Institut Agama Islam Negeri Jember, *“Pedoman Penulisan Karya Ilmiah Institut Agama Islam Negeri Jember”*, (Jember : IAIN Jember, 2019), 40.

⁵⁸ Rahmad Nor Firman, “Pengaruh Media Promosi Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Mandiri Pasuruan”, *Jurnal STAI Salahuddin Pasuruan*, (t.t): 2.

⁵⁹ Taufik Saifudin, “Pengaruh Promosi, Religiusitas, dan Kepercayaan Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah dengan Pengetahuan Masyarakat Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Masyarakat di Kota Salatiga)”, (Skripsi: IAIN Salatiga, 2018).21.

Materi promosi dapat berupa media cetak seperti artikel surat kabar, media elektronik seperti televisi, dan informasi yang disebarluaskan secara online.

b. Indikator Promosi

indikator promosi diantaranya sebagai berikut:

1) Periklanan (*Advertising*)

Advertising adalah salah satu bentuk promosi yang digunakan oleh bank dengan tujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang produk dan jasa yang ditawarkannya, meningkatkan pemahaman masyarakat umum terhadap produk dan jasa tersebut, mendorong masyarakat untuk menggunakan produk tersebut, dan membedakan satu bank dengan bank lainnya (*distinguishing* melayani). Ada berbagai macam media periklanan yang dapat digunakan seperti memasang spanduk melalui koran, majalah, televisi atau media lainnya. Ada juga pencetakan brosur yang dipajang di setiap cabang atau pasar, serta pemasangan baliho di lokasi-lokasi strategis.⁶⁰

2) Penjualan Pribadi (*Personal Selling*)

Penjualan pribadi adalah sebuah penawaran yang dilakukan secara lisan untuk melakukan penawaran kepada calon konsumen supaya dapat menciptakan suatu hubungan baik dan menciptakan suatu penjualan antara kedua pihak.

⁶⁰ Daniel Ortega & Anas Alhifni, "Pengaruh Media Promosi Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Masyarakat di Bank Syariah," *Equilibrium: Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol. 5 No. 1 (2017):89.

3) Pemasaran Langsung

Kotler dan AB, Susanto memberikan definisi pemasaran adalah proses sosial dan manajerial di mana individu dan kelompok bekerja untuk mencapai tujuan mereka dengan mengidentifikasi, menyampaikan, dan memperbaiki hal-hal lain yang memiliki kualitas serupa.⁶¹

2. Keunggulan Produk

a. Pengertian Keunggulan Produk

Song dan Parry membahas pentingnya kualitas produk dalam Isnandi, menyatakan bahwa integritas produk ditentukan oleh kapabilitas dan kualitasnya, yang keduanya tidak dimiliki oleh produk pesaing untuk menguntungkan penggunanya.⁶²

Kemampuan dan keunggulan suatu produk yang tidak dimiliki oleh produk pesaing yang berguna untuk memberikan manfaat bagi penggunanya merupakan keunggulan produk. Prinsip dasar produk adalah bahwa setiap jaminan produk dan layanan yang ditawarkan oleh suatu organisasi atau bank harus mampu memenuhi kebutuhan pelanggan dan kepentingan bisnis yang sah.

⁶¹ Zulkifli Rusby, *Manajemen Perbankan Syariah*, (Pekanbaru: Pusat Kajian Pendidikan Islam FAI UIR, 2017), 61.

⁶² Deti Maylina & Ade Sofyan, "Analisis Pengaruh Service Quality, Customer Relationship Management dan Keunggulan Produk Tabungan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank BRI Syariah", *Islamadina: Jurnal Pemikiran Islam*, Vol. 19 No,1 (Maret 2018):94.

b. Indikator Keunggulan Produk

Berikut beberapa indikator yang digunakan untuk menilai keunggulan produk, menurut Song dan Parry yang dikutip dalam Isnandi.⁶³

1) Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan salah satu dari beberapa hal baik yang berasal dari manufaktur hulu dan dapat memuaskan kebutuhan pelanggan. Ketika suatu produk memiliki kemampuan untuk menjalankan fungsi yang diinginkan, seperti keandalan, daya tahan, dan kemudahan transaksi, dikatakan berkualitas tinggi.

2) Keunikan Produk

Keunikan produk adalah elemen kunci dalam meningkatkan operasi bisnis. Keunikan dari setiap produk yang diberikan adalah metrik atau tampilan yang dapat menginspirasi masyarakat untuk menggunakannya. Memiliki karakteristik khusus relatif terhadap barang atau jasa yang bersaing, menghasilkan tingkat kesetiaan yang tak tergoyahkan yang lebih tinggi.

3) Fungsi Produk

Produk dengan fungsi adalah produk dengan banyak fungsi atau tugas. Dimungkinkan untuk menggunakannya untuk lebih dari satu manfaat; sebaliknya, ada beberapa manfaat lain yang dapat digunakan bersamaan dengan itu.

⁶³ Isnandi Dony, *Produk yang Berkualitas merupakan Produk yang Unggul*. (Malaysia, 2013), 95.

3. Penerapan Nilai Syariah

a. Pengertian Nilai Syariah

Sebagai lembaga keuangan syariah, bank harus mampu menerapkan syariat Islam dalam prosedur operasional dan standar prosedurnya. Mencapai pengembangan bank syariah ke arah yang lebih baik sehingga bank syariah tetap berada dalam koridor nilai-nilai syariah Islam. Kepercayaan masyarakat untuk menjadi nasabah bank syariah akan ditingkatkan dengan ditetapkannya nilai-nilai syariah yang jelas dan akurat dalam perbankan.⁶⁴

Proses pembentukan bank syariah akan terkendala penerapan nilai-nilai dalam inisiatif perbankan syariah. Motivasi masyarakat untuk menjadi nasabah bank syariah dapat ditingkatkan dengan penerapan aturan syariah di perbankan syariah yang aman dan jujur. Jadi, setiap rekening bank syariah harus memberikan pertimbangan yang cermat terhadap nilai-nilai syariah.

b. Indikator Penerapan Nilai Syariah

Menurut Fathurrahman, nilai-nilai islam dibagi dalam konteks bank syariah yang setiap produknya, berikut indikator penerapan nilai syariah.⁶⁵

⁶⁴ Adzan Noor Bakri & Umi Masruroh, "Penerapan Nilai-nilai Islam Dalam Bank Berbasis Syariah dan Pengaruhnya terhadap Loyalitas Nasabah", *Dinamis: Journal of Islamic Management And Bussiness* Vol. 1 No. 1 (April, 2018):35.

⁶⁵ Hamdi Agustin, "Analisis Penerapan Nilai-Nilai Islam Pada Bank Syariah Di Pekanbaru," *Jurnal Tabarru': Islamic Banking* Vol. 2 No. 2, (November,2019):29-31.

1) *Al-Hurriyah* (Kebebasan)

Al-Hurriyah adalah lokasi sentral dalam hukum Islam di mana pihak berwenang dapat berkumpul untuk membuat hukuman atau pujian. Bebas dalam objek perjanjian, bebas dalam menentukan objek perjanjian, dan bebas dalam menjelaskan bagaimana menjelaskan perselisihan jika terjadi pada hari berikutnya. Prinsip kebebasan menurut hukum Islam ditentang oleh hukum syariah Islam. Tidak mungkin menggunakan unsur paksaan, kekhilafan, atau penipuan saat membuat perjanjian ini.

2) *Al-Adlah* (Keadilan)

Al-'adalah (keadilan) adalah perkataan atau ayat yang menyatakan bahwa dalam setiap situasi atau konteks tertentu, semua pihak yang terlibat harus mengambil langkah-langkah yang diperlukan untuk sepenuhnya memahami semua hukum dan kewajiban yang relevan dan untuk memenuhi semua tanggung jawab. Perjanjian tersebut harus terus-menerus berfokus pada pemberian manfaat yang solid dan langgeng dan tidak dapat dikompromikan oleh satu organisasi tertentu.

Dari sudut pandang ekonomi, keadilan juga dapat dipahami sebagai konsepsi persaudaraan dan aktivitas bersama untuk setiap anggota masyarakat, dan hukum perlu disejajarkan dengan keadilan ekonomi.

3) *Ash-Shidiq* (Kejujuran)

Ash-shidiq (kebenaran dan kejujuran) adalah istilah atau prinsip yang menunjukkan bahwa setiap individu atau kelompok harus tetap teguh jujur dan benar dalam situasi atau konteks tertentu. Dalam Islam, setiap orang diharapkan untuk berbohong dan menipu karena perilaku apa pun sangat meningkatkan risiko menderita lecet karena jatuh atau akad. Perjanjian yang mengandung unsur penipuan atau kecurangan, memberikan hak kepada pihak lain untuk mengawasi pelaksanaan perjanjian yang bersangkutan.

4. Minat Menabung Masyarakat

a. Pengertian Minat Menabung

Dalam bahasa Indonesia, minat adalah hasrat atau keinginan, tetapi menurut hukum Islam, minat adalah kesukaan atau kecintaan. Minat beli adalah sesuatu yang dihasilkan dari proses pembelajaran dan refleksi yang mendukung proses persepsi. Saat melakukan pembelian, ada beberapa faktor yang menyebabkan motivasi berkembang di benak pelanggan dan menjadi motivasi yang sangat kuat yang pada waktunya akan menyebabkan apa pun yang ada dalam persepsi pelanggan diperbarui.⁶⁶

Minat dapat diselesaikan dengan memanfaatkan potensi yang dimiliki setiap orang dalam menanggapi industri yang bersangkutan,

⁶⁶ Roni Andespa, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Menabung Di Bank Syariah," *Al-Masrof: Jurnal Lembaga Keuangan dan perbankan*, Vol. 2 No. 1, (Januari-Juni 2017): 44.

seperti perbankan. Respons dapat berupa respons internal atau eksternal. Dalam penelitian ini, minat masyarakat umum diasumsikan sebagai minat dalam perdagangan. Niat beli adalah waktu bagi pelanggan untuk berubah pikiran sebelum transaksi yang benar-benar menguntungkan diselesaikan.

b. Indikator Minat Menabung Masyarakat

1) Tertarik untuk mencari informasi mengenai produk.

Indikator ini menunjukkan bahwa calon nasabah akan terus mencari informasi tentang produk yang mereka minati serta informasi untuk menonjolkan kualitas positifnya.

2) Ingin mengetahui produk.

Indikator ini menggambarkan perilaku nasabah yang akan selalu ingin mengetahui tentang produk.

3) Ingin memiliki produk

Indikator ini menggambarkan perilaku nasabah yang kecenderungan seseorang untuk mencoba produk.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

1. Pendekatan

Dalam penelitian ini pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif merupakan pendekatan yang membuat deskripsi objektif tentang fenomena terbatas dan menentukan apakah fenomena dapat dikontrol melalui beberapa intervensi. Pendekatan kuantitatif menjelaskan penyebab fenomena sosial melalui pengukuran objektif dan analisis numerikal.⁶⁷

Oleh karena itu, peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif karena data yang digunakan terdiri dari angka mentah, dan analisisnya menggunakan statistik untuk memahami signifikansi pengaruh antara variabel bebas dan terikat.

2. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, metodologi yang digunakan adalah asosiatif kuantitatif. Tujuan dari penelitian asosiatif adalah untuk memahami pentingnya dua variabel atau lebih. Metode asosiatif adalah bentuk penelitian kualitatif yang mempertimbangkan kedua variabel.⁶⁸ Oleh karena itu, peneliti menggunakan jenis desain penelitian asosiatif yang dimaksudkan untuk mengumpulkan informasi tentang pengaruh

⁶⁷ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2019), 30.

⁶⁸ Ulber Silahi, *Metode Penelitian Sosial Kuantitatif*, (Bandung: PT Refika Aditama, 2015), 220.

periklanan, pengembangan produk, dan hukum syariah terhadap keterlibatan masyarakat di BSI KCP Lumajang S. Parman.

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah setiap elemen yang akan digunakan untuk menggeneralisasikan suatu wilayah. Unsur populasi adalah semua pokok bahasan yang akan diteliti dan merupakan satu kesatuan data yang dianalisis. Dalam hal ini, populasi adalah wilayah geografis yang digeneralisasikan yang terdiri dari: objek dan subjek dengan besaran dan karakteristik tertentu yang dipilih oleh siswa untuk dipelajari dan kemudian dipilih untuk tugas selanjutnya.⁶⁹

Di dalam penelitian ini yang dijadikan yang dijadikan populasi merupakan masyarakat Lumajang yang masih belum mempunyai tabungan Bank Syariah khususnya BSI. Total populasi dalam penelitian \ ini tidak bisa diketahui secara pasti. Oleh karena itu, dari populasi yang memiliki karakteristik, menjadi subyek penelitian dan akan diambil sampel.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari ukuran dan karakteristik populasi tersebut di atas. Sampel adalah bagian dari populasi yang akan dihilangkan atau kemungkinan besar akan menyebabkan hilangnya seluruh populasi dan dilakukan dengan menggunakan teknik yang tepat.

⁶⁹ Sugiyono, *Metode penelitian kuantitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2019),130.

Mengingat besarnya populasi tidak dapat ditentukan secara pasti, maka rumus berikut harus digunakan untuk menentukan besarnya populasi dalam penelitian ini:

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2}$$

Keterangan:⁷⁰

n = Total

z = Harga dalam kurve normal untuk simpangan 5% dengan nilai 1,96

p = Peluang benar 50% = 0,5

q = Peluang salah 50% = 0,5

e = Tingkat kesalahan sampel (sampling eror), biasanya 5% (namun dalam penelitian ini menggunakan 10% atau 0,1)

Maka ukuran sampel yang diperoleh untuk penelitian ini sebagai berikut:

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2}$$

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,5)(0,5)}{(0,1)^2}$$

$$n = \frac{(3,8416)(0,25)}{0,01}$$

$$n = 96,04$$

⁷⁰ Sugiyono, *Metode penelitian kuantitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2019), 142.

Jumlah sampel yang digunakan adalah 96 orang atau responden. Namun, untuk mengurangi jumlah kuesioner yang tidak dapat digunakan dalam penelitian, para peneliti menggunakan survei round-up dan sampel sekitar 100 tanggapan untuk mempermudah prosesnya.

Purposive sampling adalah metode yang digunakan dalam persiapan sampel. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel dengan tujuan yang telah ditetapkan.⁷¹ Penentuan sampel dalam penelitian ini sebagai berikut:

- a. Responden merupakan Masyarakat Lumajang.
- b. Usia minimal Responden 18 tahun dan maksimal 40 tahun.
- c. Responden belum menggunakan produk dan jasa BSI.

C. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data

1. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dapat digunakan dalam berbagai setting, menggunakan berbagai sumber, dan dalam berbagai cara. Jika dilihat dalam situasi ini, data dapat dikumpulkan di laboratorium dengan menggunakan metode eksperimen, rumah dengan berbagai responden, seminar, diskusi, di jalan, dan tempat lainnya. Data dapat dikumpulkan dengan menggunakan sumber primer dan sumber sekunder jika yang dibutuhkan jelas dari sumber data.⁷²

⁷¹ Sugiyono, *Metode penelitian kuantitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2019),138.

⁷² Sugiyono, *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016),137.

a. Data Primer

Pengertian data primer adalah sumber data yang secara diam-diam memberikan informasi kepada pengguna atau penerima data. Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data menggunakan data primer yang diperoleh dari kurator dan wawancara.

Metode kuesioner adalah teknik untuk mengumpulkan data yang melibatkan mengajukan pertanyaan spesifik kepada responden atau membuat pernyataan eksplisit kepada mereka agar mereka dapat dipahami.⁷³ Penelitian ini menggunakan responden yang dipilih yaitu 100 orang dengan pertimbangan atau ketentuan tertentu.

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data ketika peneliti ingin melakukan penelitian mendalam untuk mengidentifikasi masalah yang perlu dipecahkan serta ketika mereka ingin memahami detail spesifik dari responden yang lebih mendalam dan banyak. Namun dalam penelitian ini, wawancara digunakan untuk mengisi kekosongan data pada kuesioner mengenai promosi, kualitas produk, dan penerapan syariat Islam pada minoritas di BSI KCP Lumajang S. Parman.⁷⁴ Namun dalam penelitian ini, wawancara digunakan untuk mengisi kekosongan data pada kuesioner mengenai promosi, kualitas produk, dan penerapan syariat Islam pada minoritas di BSI KCP Lumajang S.

⁷³ Sugiyono, "*Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*," (Bandung: Alfabeta, 2016), 142.

⁷⁴ Sugiyono, "*Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*," (Bandung: Alfabeta, 2016), 137.

b. Data Sekunder

. Data sekunder adalah istilah yang digunakan untuk mendeskripsikan pelanggan yang tidak secara konsisten memberikan data kepada pengguna atau pelanggan, biasanya melalui orang lain atau materi tertulis. Dalam penelitian ini, ringkasan sekunder diambil dari studi literatur, penelitian yang sedang berlangsung, dan informasi dari situs resmi BSI.

2. Instrumen Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, dari setiap variabel terdapat indikator yang akan diukur, sehingga dapat menjadi sebuah instrumen. Instrumen penelitian digunakan dengan memasukkan kode atau skor untuk setiap pertanyaan. Instrumen yang akan digunakan harus memenuhi standar minimal reliabilitas dan validitas instrumen agar menghasilkan data yang akurat. Oleh karena itu instrumen perlu diverifikasi valid dan reliabelnya agar validitas dan reliabilitas instrumen dapat ditentukan.⁷⁵ Menurut analisis ini, setiap variabel memiliki indikator yang sesuai yang akan berubah sehingga dapat berfungsi sebagai instrumen.

Instrumen adalah perangkat pengumpul data. Bergantung pada tujuan analisis, perangkat pengumpulan data dapat terdiri dari angket, angket, tes, dan perangkat lainnya. Instrumen adalah alat yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan informasi kuantitatif tentang variabel yang sedang dipelajarinya.

⁷⁵ Tim Penyusun buku Pedoman Penulisan Karya Ilmiah Institut Agama Islam Negeri Jember, "Pedoman Penulisan Karya Ilmiah Institut Agama Islam Negeri Jember", (Jember : IAIN Jember, 2019), 42.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan skala *Likert* untuk mengumpulkan data mereka. Skala *Likert* digunakan untuk mengukur pengetahuan, persepsi, dan pendapat seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam kajian fenomena sosial ini, peneliti menggunakan jenis kuesioner yang dikenal dengan penelitian variabel. Variabel yang akan disesuaikan akan ditampilkan sebagai indikator variabel dengan menggunakan skala *Likert*. Indikator-indikator tersebut di atas digunakan sebagai ambang batas awal untuk menolak suatu instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan.⁷⁶

Karena itu, suatu variabel akan dimodifikasi dan diubah menjadi indikator variabel. Variabel indikator ini digunakan sebagai kunci untuk meluncurkan instrumen berupa pertanyaan atau pernyataan. Setiap tulang rahang instrumen akan memiliki simbol atau angka untuk masing-masing dari empat tingkatan, yaitu: sangat setuju, setuju, tidak setuju, dan sangat tidak setuju. Tabel kategori dengan skala *Likert*:

Tabel 3.1
Skala *Likert*

Kategori	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Dalam hal ini peneliti akan memberikan waktu kepada responden untuk menemukan imbalan dengan cara tertentu. Tanggapan negatif yang lebih parah akan diberikan oleh responden jika skor naik di atas sudut 1.

⁷⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2019): 152.

Demikian pula, jika skor lebih tinggi dari 5, responden akan menerima tanggapan positif yang lebih kuat. Berdasarkan hal tersebut, fungsi dari skala likert adalah sebagai tolok ukur dengan cara memberi peringkat atau rating terhadap setiap topik atau responden, baik itu preferensi, prediksi, atau yang lainnya.

Berikut merupakan instrumen indikator yang digunakan untuk mengumpulkan data:

Tabel 3.2
Instrumen Penelitian

No.	Variabel	Indikator
1.	Promosi (X1)	a. Periklanan (Advertising) b. Penjualan Pribadi (Personal Salling) c. Pemasaran Langsung ⁷⁷
	Keunggulan Produk (X2)	a. Kualitas Produk b. Keunikan Produk c. Fungsi Produk ⁷⁸
	Penerapan Nilai Syariah (X3)	a. <i>Al-Hurriyah</i> (Kebebasan) b. <i>Al-Adalah</i> (Keadilan) c. <i>Ash-Shidiq</i> (Kejujuran) ⁷⁹
2.	Minat Menabung (Y)	a. Tertarik untuk mencari informasi mengenai produk. b. Ingin mengetahui produk. c. Ingin memiliki produk ⁸⁰

⁷⁷ Kasmir, *Pemasaran bank*, (Jakarta: Prenamedia Group, 2018),155..

⁷⁸ Isnandi Dony, *Produk yang Berkualitas merupakan Produk yang Unggul*. (Malaysia, 2013), 95.

⁷⁹ Hamdi Agustin, "Analisis Penerapan Nilai-Nilai Islam Pada Bank Syariah Di Pekanbaru," *Jurnal Tabarru': Islamic Banking* Vol. 2 No. 2, (November,2019): 29.

⁸⁰ Yulia Putri, dkk., "Strategi Meningkatkan Minat Menabung di Bank Syariah melalui penerapan Religiusitas," *Jurnal Manajemen dan Bisnis: Performa* Vol. 16 No.1, (Maret 2019): 81.

D. Analisis Data

Analisis data adalah langkah selanjutnya setelah semua tanggapan diterima. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan SPSS (Statistics Software for Social Science) untuk menganalisis dan mengumpulkan data. Metodologi analisis data yang akan digunakan adalah sebagai berikut:

1. Uji Instrumen Penelitian

Instrumen dapat dikatakan reliabel dan validitas saat dapat data yang dapat dipercaya. Instrumen penelitian kuantitatif dapat digunakan sebagai alat untuk mengumpulkan, mengorganisasikan, menganalisis, dan menyajikan data secara sistematis dan objektif dengan tujuan untuk memecahkan suatu masalah atau menyanggah suatu hipotesis.⁸¹ Jadi, setiap alat yang dapat mendukung suatu bentuk analisis tertentu dapat disebut sebagai alat analisis. Jika data yang andal diperoleh, instrumen dapat dianggap andal dan sah.

a. Uji Validitas

Beberapa metode pengujian dapat digunakan untuk menentukan validitas instrumen. Ini termasuk validitas isi, atau bisa disamakan dengan validitas isi, atau bisa disamakan dengan validitas isi, secara konstruktivis, atau bisa disamakan dengan validitas konstruk, dan bisa disamakan dengan validitas kriteria.⁸²

⁸¹ Hamni Fadlilah Nasution, "Instrumen Penelitian Dan Urgensinya Dalam Penelitian Kuantitatif," Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan, (td):64.

⁸² Febrianawati Yusup, "Uji Validitas dan Realibilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif," *Jurnal tarbiyah: Jurnal Ilmiah Kependidikan*, Vol. 7 No.1, (Januari-Juni 2018): 18.

Dalam penelitian ini pengujian menggunakan untuk mencari hasil koefisien korelasi menggunakan rumus berikut:

$$r_{xy} = \frac{n(\sum x_i y_i) - (\sum x_i)(\sum y_i)}{\sqrt{n(\sum x_i^2) - (x_i)^2}(n(\sum y_i^2) - (y_i)^2)}$$

Keterangan:

r_{xy} = Koefisien Korelasi

n = Jumlah Responden

x_i = Skor Setiap Item Pada Instrumen

y_i = Skor Setiap Item Pada Kriteria

Koefisien korelasi ini digunakan untuk menentukan apakah boleh menggunakan kuesioner untuk memeriksa validitasnya atau tidak. Pengujiannya adalah jika koefisien korelasi product moment $> r$ -tabel ($;n-2$).

n = jumlah sampel.

Jika r hitung $> r$ tabel, maka data valid

Jika r hitung $< r$ tabel, maka tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuisisioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuisisioner dapat dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap

pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.⁸³ Reliabilitas instrumen dapat dinilai dengan menggunakan beberapa penilaian reliabilitas yang berbeda. Beberapa instrumen terpercaya yang dapat digunakan antara lain, tes ulang, ekuivalen, dan konsistensi internal. Konsistensi internal sendiri memiliki beberapa teknik pengujian yang berbeda, antara lain split half test, KR 20, KR 21, dan *Alfa Cronbach*. Namun, setiap tes memiliki seperangkat persyaratan instrumen, seperti apa yang dapat dilakukan dengan teknik ini.⁸⁴

Dalam penelitian ini menggunakan *internal consistency* dengan teknik *Alfa Cronbach* menggunakan alat bantu komputer program SPSS untuk mengetahui tingkat reliabilitas. Dengan rumus *Alfa Cronbach* sebagai berikut.⁸⁵

$$r_i = \frac{k}{(k-1)} \left\{ 1 - \frac{\sum s_i^2}{s_t^2} \right\}$$

Keterangan:

r_i = Koefisien reliabilitas Alfa Cronbach

k = Jumlah item soal

$\sum s_i^2$ = Jumlah varians skor

s_t^2 = Varians total

Dengan pertimbangan berikut:

⁸³ Taufik Saifudin, "Pengaruh Promosi, Religiusitas, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah Dengan Pengetahuan Masyarakat Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Masyarakat di Kota Salatiga)," (Skripsi, IAIN Salatiga, 2018), 55.

⁸⁴ Febrianawati Yusup, "Uji Validitas dan Realibilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif," *Jurnal tarbiyah: Jurnal Ilmiah Kependidikan*, Vol. 7 No.1, (Januari- Juni 2018):19.

⁸⁵ Febrianawati Yusup, "Uji Validitas dan Realibilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif," *Jurnal tarbiyah: Jurnal Ilmiah Kependidikan*, Vol. 7 No.1, (Januari- Juni 2018):22.

Jika *Alfa Croncbach* $> 0,60$, maka dikatakan Reliable

Jika *Alfa Croncbach* $< 0,60$, maka dikatakan Reliable

2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah prinsip statistik yang harus dipertimbangkan saat menganalisis garis lengkung yang diregresi. Oleh karena itu, asumsi persyaratan pengujian standar berikut diperlukan:

a. Uji Normalitas

Kolmogorov Smirnov digunakan dalam uji Normalitas. Tujuan dari percobaan normalitas ini adalah untuk mengetahui apakah data terdistribusi secara normal atau tidak. Data yang mengikuti model distribusi normal inilah yang membuat data berdistribusi normal menjadi istimewa. Untuk menjelaskan bagaimana hipotesis tertanam dalam norma sehari-hari antara lain:⁸⁶

H_0 : H_0 diterima jika nilai tertinggi $>$ nilai tabel, maka kesimpulan yang diambil berdistribusi normal.

H_1 : H_1 diterima jika nilai tertinggi $<$ nilai tabel, maka kesimpulan yang diambil tidak berdistribusi normal.

b. Uji Heteroskedasitas

Variabel residual yang dikenal sebagai heteroskedastisitas berbeda dari semua pengamatan lain dalam model regresi.

Heteroskedastisisme jarang terjadi pada regresi yang baik. Berbagai

⁸⁶ Billy Nugraha, *Pengembangan Uji Statistik: Implementasi Metode Regresi Linier Berganda dengan Pertimbangan Uji Asumsi Klasik*, (t.tp.: Penerbit Pradina Pustaka (Grup Penerbitan CV. Pradina Pustaka Grup), 2022), 13.

jenis uji heteroskedastisitas adalah koefisien korelasi rho Spearman, melihat grafik titik regresif panel, uji Park, dan uji Glejser.⁸⁷

Untuk mengetahui apakah terdapat variasi pertidaksamaan dari satu pengamatan ke pengamatan yang berbeda digunakan uji heteroskedastisitas. Ketika variasi residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain tetap ada, itu disebut sebagai homoskedastisitas, dan ketika berbeda, disebut sebagai heteroskedastisitas.⁸⁸

c. Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas mengacu pada variabel independen dalam model regresi yang memiliki hubungan linier yang kuat atau menyimpang dari kuat (koefisien korelasi yang tinggi atau bahkan 1). Model regresi yang sukses tidak harus memiliki korelasi yang hampir sempurna antara variabel independen. Konsekuensi multikolinieritas termasuk korelasi yang terus-menerus dan peningkatan kesalahan yang signifikan. Ada beberapa teknik multikolinieritas, yaitu:⁸⁹

- 1) Dengan membandingkan nilai koefisien determinasi individual (r^2) dengan nilai determinasi serentak (R^2).
- 2) Dengan melihat nilai tolerance dan inflation faktor (VIF) pada model regresi.

⁸⁷ Rochmat Aldy Purnomo, *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis Dengan SPSS*, (Ponorogo: UNMUH PONOROGO PRESS, 2017), 125

⁸⁸ Taufik Saifudin, "Pengaruh Promosi, Religiusitas, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah Dengan Pengetahuan Masyarakat Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Masyarakat di Kota Salatiga)," (Skripsi, IAIN Salatiga, 2018), 57.

⁸⁹ Rochmat Aldy Purnomo, *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis Dengan SPSS*, (Ponorogo: UNMUH PONOROGO PRESS, 2017), 116.

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis mendalam regresi linier berganda digunakan untuk menentukan apakah mitra tersier variabel yang diberikan memiliki korelasi positif atau negatif. Untuk menentukan apakah level variabel adalah nol, negatif, atau positif⁹⁰

Model analisis regresi linier digunakan karena model ini dirancang untuk meneliti lebih dari satu variabel bebas yang berpengaruh pada variabel dependen. Variabel bebas dalam penelitian ini yaitu Promosi (X1), Keunggulan Produk (X2), dan Penerapan nilai syariah (X3). Sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini yaitu Minat Menabung (Y).

Adapun rumus yang digunakan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Nasabah

a = Konstanta

b = Koefisien

X = Variabel independen

⁹⁰ Ridwan & Sunarto, *Pengantar Statistika Untuk Penelitian Sosial, Ekonomi, Komunikasi dan Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2014), 313.

4. Uji Hipotesis

a. Uji t (Parsial)

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel independen dengan variabel dependen jika dibandingkan dengan individu dan 100 responden. Dalam penelitian ini uji digunakan untuk mengetahui ada tidaknya interaksi antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y).

1) Menentukan Hipotesis

a) H1 = Promosi berpengaruh signifikan terhadap minat menabung masyarakat.

H0= Promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menabung masyarakat.

b) H2 = Keunggulan produk berpengaruh signifikan terhadap minat menabung masyarakat

H0 = Keunggulan produk tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menabung masyarakat

c) H3 = Penerapan nilai syariah berpengaruh signifikan terhadap minat menabung masyarakat.

H0 = Penerapan nilai syariah tidak berpengaruh positif terhadap minat menabung masyarakat.

2) Menentukan tingkat signifikanyang digunakan sebesar 5% atau 0,05.

3) Menentukan t hitung

$$t = r \sqrt{\frac{n-2}{1-r^2}}$$

Keterangan:

r= Nilai Koefisien

n = Jumlah Sampel

4) Mengambil keputusan dengan membandingkan antara t hitung dengan t tabel.

5) Menentukan kesimpulan

Kriteria uji t:

a) Jika t hitung > t tabel, maka H₀ ditolak dan H_a diterima.

Jika t hitung < t tabel, maka H₀ diterima dan H_a ditolak.

b) Jika nilai signifikannya < 0,05, maka H_a diterima dan H₀ ditolak.

c) Jika nilai signifikannya > 0,05, maka ditolak dan H₀ diterima.

b. Uji F (Simultan)

Tujuan dari uji F adalah untuk memahami beberapa perbedaan terbesar antara variabel independen dan dependen ketika semuanya dipertimbangkan sekaligus. Uji F digunakan dalam penelitian ini untuk menentukan apakah suatu variabel dapat diandalkan, yaitu Promosi (X1), Keunggulan Produk (X2) dan Penerapan Nilai syariah (X3). Variabel Dependen (Y) Minat Menabung Masyarakat.

F hitung ditentukan dengan menggunakan rumus:

$$F = \frac{R^2 / (k - 1)}{1 - R^2 / (n - k)}$$

Keterangan:

F = F hitung

R^2 = Koefisien Determinasi

k = Jumlah Variabel Bebas

n = Jumlah Sampel

5. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi berdasarkan data digunakan untuk menyoroti beberapa keterbatasan model penting dalam menggambarkan variasi variabel dependen, atau sebagai alternatif, nilai koefisien determinasi dapat digunakan untuk mengidentifikasi beberapa perbedaan yang signifikan antara kontribusi variabel independen dan variabel dependen. Syarat yang harus dipenuhi dalam menggunakan uji koefisien determinasi adalah hasil uji F signifikan, jika hasil uji F tidak signifikan maka uji koefisien determinasi tidak dapat digunakan untuk memprediksi besarnya kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen secara bersamaan.

BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Obyek Penelitian

1. Sejarah Bank Syariah Indonesia KCP Lumajang S. Parman

Gambar 4.1
Logo Bank Syariah Indonesia



Sumber: bankbsi.co.id.

Tanggal 1 Februari 2021 yang sama dengan tanggal 19 Januari 1442 H memperkenalkan konsep baru dalam perbankan dengan berdirinya Bank Syariah Indonesia sebagai pemegang saham tunggal Bank Syariah Mandiri, BNI, dan BRI (BSI). Akad ini membuka pintu bagi bank syariah keempat untuk memberikan layanan yang lebih mewah, kapasitas transaksi yang lebih besar, dan produk yang lebih mewah.⁹¹

Perbankan Syariah Indonesia Dipacu Bersaing Secara Global Didukung Sinergi Profit dengan Perusahaan Induk (Mandiri, BNI, BRI) dan Komitmen Pemerintah melalui Kementerian BUMN. Pembukaan bank syariah keempat ini merupakan inisiatif untuk mendirikan bank syariah yang menjadi pilar masyarakat dan diharapkan dapat memberikan energi segar bagi pertumbuhan ekonomi untuk meringankan beban

⁹¹ BSI. "Sejarah Perseroan". bankbsi.co.id. 27 Agustus 2022. <https://ir.bankbsi.co.id/corporate-history.html>.

seluruh penduduk. Selain itu, keberadaan Bank Syariah Indonesia mendukung sistem perbankan syariah yang kontemporer, menyeluruh, dan aman di Indonesia (Rahmatan Lil' Aalamin).⁹²

Sebelum merger bank syariah ini, BSI KCP Lumajang S. Parman merupakan Bank Mandiri Syariah KCP Lumajang. Dimana kantor cabang pertamanya berada di Jl. Jendral Sudirman. Beberapa tahun kemudian kantor cabang Bank Syariah Mandiri Lumajang berpindah ke Jl. S. Parman yang tidak jauh dari kantor pertama dan Pada 1 Februari 2021, tiga bank syariah di Indonesia dilebur menjadi Bank Syariah Indonesia. Dengan letak geografis di kota Lumajang, Bank Syariah Indonesia KC Lumajang S Parman sangat strategis dan terpercaya. Letaknya yang sangat strategis dapat memudahkan masyarakat umum untuk memanfaatkan barang dan jasa yang disediakan oleh Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Lumajang S Parman.

Bank Syariah Indonesia memiliki *Financial Technology* yang lebih dikenal dengan istilah *E-Channel*. Dahulu fungsinya hanya untuk SMS Banking, Call Banking, dan Internet Banking. Seiring dengan berkembangnya teknologi sekarang BSI memiliki BSI Mobile dan BSI Net. Dalam aplikasi ini terdapat berbagai fitur-fitur yang dapat memberikan

⁹² BSI. "Sejarah Perseroan". bankbsi.co.id. 27 Agustus 2022. https://ir.bankbsi.co.id/corporate_history.html.

kemudahan kepada nasabah untuk melakukan transaksi dan kemudahan bagi masyarakat yang ingin memiliki produk dari BSI.⁹³

2. Visi dan Misi BSI

a. Visi

“Top 10 Global Islamic Bank”

b. Misi

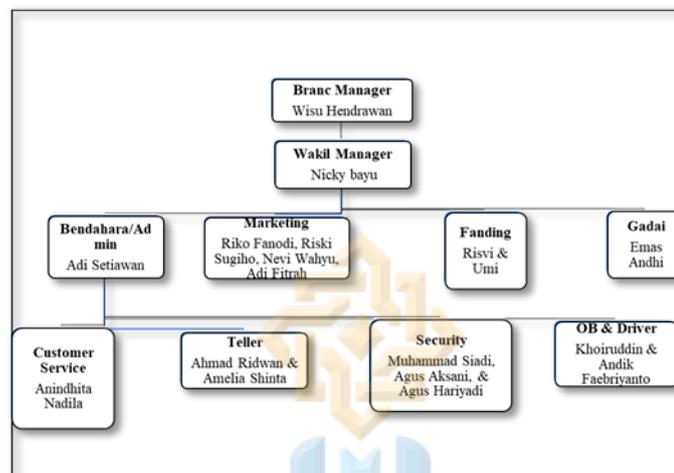
- 1) Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia
- 2) Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham.
- 3) Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia

3. Struktur Organisasi BSI KCP Lumajang S. Parman

Yang dimaksud dengan struktur organisasi adalah seperangkat aturan atau tata kerja yang mengidentifikasi peran atau tanggung jawab serta wewenang dan komitmen setiap anggota organisasi untuk mencapai tujuan organisasi. Berikut struktur organisasi KCP BSI. Lumajang S. Parman

⁹³ BSI. “Sejarah Perseroan”. bankbsi.co.id. 27 Agustus 2022. https://ir.bankbsi.co.id/corporate_history.html.

Gambar 4.2
Struktur Organisasi BSI KCP Lumajang S.Parman



Sumber: BSI KCP Lumajang S Parman

4. Produk dan Layanan BSI KCP Lumajang S Parman

a. Produk BSI

1) Produk Simpanan atau Tabungan BSI⁹⁴

a) BSI Tabungan Valas

Tabungan valuta asing BSI adalah tabungan dengan pilihan akad Wadiah Yad Dhamanah atau Mudharabah Muthlaqah dalam mata uang dollar yang penarikan dan penyeterannya dapat dilakukan setiap hari atau sesuai ketentuan Bank.

b) BSI Tabungan Haji Indonesia

Tabungan Haji BSI adalah tabungan perencanaan Haji dan Umrah yang tersedia untuk setiap agama berdasarkan

⁹⁴ Bankbsi.co.id, "Tabungan beragam produk tabungan sesuai prinsip syariah", diakses 20 Februari 2023, www.bankbsi.co.id/produk&layanan/tipe/individu/kategori/tabungan?page=2

prinsip syariah Wadiah dan Mudharabah. Penghematan ini tidak termasuk biaya administrasi bulan tersebut, dan sudah termasuk kemampuan ATM dan E-Channel jika pengguna sudah terdaftar di Siskohat (menerima porsi) Haji.

c) BSI Tabungan Easy Mudharabah

Tabungan dalam mata uang Rupiah yang dilakukan dan disetor dapat dilakukan setiap hari selama jam kerja di cabang bank atau dengan menggunakan ATM.

d) BSI Tabungan Bisnis

Tabungan bisnis BSI merupakan tabungan dengan akad Mudharabah Muthlaqah dalam mata uang rupiah yang dapat memfasilitasi transaksi bagi segmen tenaga kerja dengan limit transaksi harian yang lebih besar serta menawarkan RTGS, transfer SKN, dan kliring setoran secara gratis melalui fitur

Teller dan Net Banking.

e) BSI TabunganKu

Tabunganku BSI adalah tabungan dengan akad Wadiah Yad Dhamanah untuk perorangan dengan transaksi keuangan yang mudah dan terpercaya yang digunakan oleh bank-bank di Indonesia untuk mendorong inklusivitas dan meningkatkan semangat komunitas.

f) BSI Tabungan Pensiun

Tabungan Pensiun BSI adalah tabungan dengan pilihan akad Wadiah Yad Dhamanah atau Mudharabah Muthlaqah yang digunakan untuk orang-orang yang telah terdaftar di Badan Pengelola Pensiun dan pernah bekerja sama dengan bank.

g) BSI Tabungan Efek Syariah

BSI Tabungan Efek Syariah adalah Tabungan Efek Syariah dengan akad Mudharabah Muthlaqah merupakan Rekening Dana Nasabah (RDN) yang diperuntukan untuk nasabah perorangan untuk penyelesaian transaksi efek di Pasar Modal.

h) BSI Tabungan Pendidikan

Tabungan Pendidikan BSI adalah rekening tabungan dengan sistem debit otomatis yang digunakan untuk individu yang ingin melanjutkan pendidikan tinggi sambil menerima pertanggung jawaban asuransi.

i) BSI Tabungan Mahasiswa

Tabungan dengan akad Wadiah untuk mahasiswa perguruan tinggi negeri atau perguruan tinggi swasta (PTN/PTS), beserta pegawai/ anggota/ perusahaan/ lembaga/ asosiasi/ organisasi profesi yang terhubung dengan bank.

j) BSI Tabungan junior

Tabungan BSI Junior merupakan mantra yang digunakan oleh anak-anak dan pelajar di bawah usia 17 tahun untuk mensosialisasikan budaya menabung sejak dini. Fitur utama dari produk ini adalah opsi pembayaran bonus, biaya administrasi yang rendah, dan nama anak tercetak di sebelah nama pengguna di ATM dan rak buku.

k) BSI Tabungan Simpanan Pelajar

Akad Tabungan Pelajar Wadiah Yad Dhamanah yang diterbitkan secara nasional oleh Bank Umum Syariah di Indonesia memiliki keunikan tersendiri terkait dengan edukasi dan inklusi keuangan untuk mendorong budaya menabung sejak dini.

l) BSI Tabungan Easy Wadiah

Tabungan wadiah yang mudah adalah tabungan dengan biaya administrasi bulanan yang lebih murah, biaya tarik tunai yang lebih murah di seluruh ATM BSI, dan biaya transaksi yang lebih murah di semua EDC BSI. Setiap EDC Bank di Indonesia memiliki jaringan utama, dan dalam hal ini tabungan, transaksi dapat diselesaikan dengan mudah menggunakan mobile dan internet banking, serta kartu ATM yang dapat digunakan di seluruh BSI, Bank Mandiri, ATM Bersama, ATM Prima, ATM Link , dan ATM berlogo VISA.

Pembukaan rekening juga dapat dilakukan secara online melalui pembukaan rekening secara online.

m) BSI Tabungan Smart

. Tabungan Smart BSI adalah Tabungan Dasar dengan akronim Wadiah Yad Dhamanah yang mendukung OJK dengan transaksi cepat dan mudah antar bank di Indonesia untuk meningkatkan rasa kepercayaan masyarakat.

n) BSI Tabungan Prima

BSI tabungan prima adalah produk tabungan yang diperuntukan bagi segmen nasabah high networth individuals berakad Mudharabah dan Wadiah yang memberikan berbagai fasilitas serta kemudahan.

o) BSI Tapenas Kolektif

BSI tapenas kolektif adalah penyederhanaan perencanaan jangka pendek dan jangka panjang untuk karyawan atau pekerja kontrak di suatu organisasi tertentu.

p) BSI Tabungan Payroll

Tabungan Khusus adalah produk yang dirancang khusus untuk Nasabah Payroll dan Nasabah Migran dari Tabungan Wadiah/Mudharabah Reguler.

q) BSI Tabungan Rencana

BSI Tabungan Rencana adalah tabungan yang menggunakan akad Mudharabah Muthlaqah. Akad yang

ditujukan untuk segmen individu dalam perencanaan keuangannya dengan sistem direct debit dan perlindungan asuransi gratis

r) Rekening *Auto Save* Qurban

Tabungan Fitur website Bank Syariah Indonesia ini membantu memudahkan umat Islam yang ingin mengirimkan donasi Qurban secara otomatis melalui BSI Mobile. Dilengkapi dengan fitur pembelian hewan Qurban terhadap bank rekanan organisasi Qurban.

2) Produk Pembiayaan BSI⁹⁵

a) KPR (Kredit Kepemilikan Rumah)

KPR adalah proyek yang membantu pelanggan menggunakan kompleks apartemen baru. Juga, hibah ini dapat digunakan untuk membangun dan merenovasi apartemen serta memperoleh dokumen keuangan yang disengketakan dari lembaga lain. Ditujukan untuk orang perseorangan (WNI) yang berbadan hukum dengan usia sekurang-kurangnya 21 tahun atau sekurang-kurangnya 55 tahun untuk pegawai, dan 60 tahun untuk pegawai sebagai pengusaha berbiaya penuh atau spesialis.

⁹⁵ Bankbsi.co.id, “Pembiayaan”, diakses 20 Februari 2023, www.bankbsi.co.id/produk&layanan/tipe/individu.

b) KKB (Kredi Kendaraan Bermotor)

KKB adalah Pembiayaan bank yang digunakan dengan akad Murabahah (jual-beli). Bank Syariah Indonesia memberikan solusi bagi umat Islam untuk mewujudkan mimpi tanpa menyentuh riba bagaimana beberapa orang memahami layanan bisnis perbankan tradisional KKB.

c) KMG/KMJ (Kepemilikan Multi Jasa)

KMG adalah program pengalihan rekening bank dengan bunga rendah murabahah (Jual Beli) yang khusus diberikan kepada pensiunan untuk membantu mereka memenuhi kebutuhan barang dan jasa dengan fokus konsumen yang kuat.

d) Gadai

Ar-Rahnu atau gadai adalah praktik mentransfer dana dengan mengirimkan barang fisik atau barang berharga (seperti wesel) ke bank atas nama pelanggan atau pinjaman.

e) Talangan Haji

Talangan Haji Merupakan pinjaman dari bank syariah nasabah untuk mendapatkan kursi haji beserta solusi BPIH dan menutupi kekurangan dana (biaya perjalanan haji).

f) Kredit Logam Mulia

Kredit Logam Mulia adalah sistem transfer uang yang menggunakan almanak Qardh dan Ijarah untuk membeli

barang-barang seperti emas batangan atau jenis emas lainnya yang memenuhi kebutuhan individu.

b. Layanan BSI⁹⁶

1) ATM (Anjungan Tunai Mandiri)

ATM Bank Syariah Indonesia memiliki berbagai fungsi yang memudahkan pembuatan informasi rekening, menyelesaikan lima transaksi berikutnya, serta pembelian uang, tiket, tagihan, perpanjangan pulsa, dan biaya ZIS.

2) BSI *Mobile*

BSI *Mobile* Bank Syariah Indonesia, BSI *Mobile*, memungkinkan nasabah untuk melakukan bisnis melalui smartphone dan teknologi 3G/4G dan Wi-Fi. Terdapat beberapa fungsi tambahan antara lain transfer, mutasi, portofolio, dan informasi rekening, serta berbagai metode pembayaran (meliputi PLN, Pulsa, Uang Listrik, Tiket, SPP, Zakat/Infaq, Internet, PDAM, dan lain sebagainya). Pembelian (voucher pulsa, PLN Prabayar, e-money, paket data, dll), gold, tarik tunai tanpa kartu, update lokasi ATM dan cabang, mushola dan penunjuk arah kiblat, buka akses Telepon Bank Syariah Indonesia 14040, dan masih banyak lagi hal-hal lain.

⁹⁶ Bankbsi.co.id, “Layanan”, diakses 20 Februari 2023, www.bankbsi.co.id/produk&layanan/tipe/individu.

3) BSI NetBanking

Tujuan layanan ini adalah untuk mendukung pelanggan retail (Perorangan) dalam melakukan transaksi finansial seperti transfer bank, pembayaran tagihan, pembelian kartu kredit, dan pengajuan pinjaman, maupun transaksi non finansial seperti cek saldo, lima transaksi terakhir, dan transaksi transaksi. Nasabah dapat lebih mudah bertukar informasi dengan bantuan manajemen BSI NetBanking yang memuaskan mereka. dapat mengubah kode PIN dan nomor kata sandi nomor sebenarnya.

B. Penyajian Data

Analisis deskriptif adalah metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini. Tulisan yang menawarkan informasi tentang orang, kelompok, peristiwa, dan peristiwa terkini tertentu dikenal sebagai analisis deskriptif. Dalam penelitian ini, kuesioner digunakan sebagai alat pengumpulan data primer. Undangan untuk berpartisipasi dalam survei ini dikirim ke 100 penerima. Peserta mengisi kuesioner satu pernyataan, satu indikator dengan tanggapan tertutup menggunakan skala *Likert*. Pernyataan ini terdiri dari 12 item pernyataan, yang terbagi menjadi variabel promosi (X1), variabel keunggulan produk (X2), penerapan nilai-nilai syariah (X3), minat masyarakat menabung (Y), dan minat masyarakat menabung (X3). Berikut adalah statistik identifikasi responden dari 100 responden survei ini, sebagai berikut:

1. Jenis Kelamin

Tabel 4.1
Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	%
Laki-laki	36	36%
Perempuan	64	64%
Total	100	100%

Sumber: Hasil pengolahan data, 2023.

Tabel 4.1 menunjukkan bahwa terdapat kurang lebih 36 responden untuk pria dengan response rate 36% dan sekitar 64 responden untuk dewasa dengan response rate 64%. Menurut hasil survei jenis responden, responden dewasa lebih banyak dibandingkan responden anak.

2. Usia Responden

Tabel 4.2
Usia Responden

Klasifikasi Usia	Frekuensi	%
18-20 Tahun	19	19%
20-29 Tahun	65	65%
30-39 Tahun	9	9%
40 Tahun	7	7%
Total	100	100%

Sumber: Hasil pengolahan data, 2023.

Tabel 4.2 menyajikan data yang menunjukkan bahwa antara usia 18 dan 20 ada sekitar 19 orang dengan tingkat respons 19%, antara usia 20 dan 29 ada sekitar 63 orang dengan tingkat respons 63%, antara usia 30 dan 39 ada sekitar 9 orang dengan tingkat respons 9%, dan antara usia 40 tahun ke atas ada sekitar 7 orang dengan tingkat respons 7%. Dapat disimpulkan dari hasil penelitian bahwa responden lebih cenderung menjadi orang Amerika daripada responden yang berusia antara 20 dan 29 tahun.

3. Pekerjaan Responden

Tabel 4.3
Pekerjaan Responden

Pekerjaan	Frekuensi	%
Pelajar/Mahasiswa	36	36%
Karyawan Swasta	26	26%
PNS/Guru/POLRI	7	7%
TidakBekerja/Pensiun	11	11%
Lainnya	20	20%
Total	100	100%

Sumber: Hasil pengolahan data, 2023.

Tabel 4.3 menyajikan hasil data pekerjaan responden yang menunjukkan bahwa ada kurang lebih 36 orang berstatus pelajar atau mahasiswa, dengan persentase 36%; ada sekitar 26 orang dengan persentase 26% yang bekerja sebagai pengasuh swasta; ada sekitar 7 orang dengan persentase 7%; ada kurang lebih 11 orang dengan persentase 11% yang tidak bekerja; dan ada kurang lebih 20 orang dengan prosentase 36% yang Menurut hasil survei dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden adalah siswa atau guru.

4. Pendidikan Terakhir Responden

Tabel 4.4
Pendidikan Terakhir Responden

Pekerjaan	Frekuensi	%
SD	3	3%
SMP	5	5%
SMA	52	52%
D3	5	5%
S1	28	28%
S2	1	1%
Lainnya	6	6%
Total	100	100%

Sumber: Hasil pengolahan data, 2023.

Tabel 4.4 menunjukkan responden yang telah menyelesaikan pendidikan menengah pada kelompok SD kurang lebih 3 orang dengan tingkat kelulusan 3%, pada kelompok SMP kurang lebih 5 orang dengan tingkat kelulusan 5%, pada kelompok SMA kurang lebih 52 orang. orang dengan tingkat kelulusan 52%, pada kelompok D3 menjadi kurang lebih 5 orang dengan tingkat kelulusan 5%, pada kelompok S1 menjadi kurang lebih 28 orang dengan tingkat kelulusan 28%, dan pada kelompok S2 menjadi hanya satu orang. Menurut statistik responden, responden SMA lebih banyak dibandingkan SD, SMP, D3, S1, S2, dan responden lainnya yang sedang menempuh pendidikan tinggi.

5. Gaji Perbulan Responden

Tabel 4.5
Gaji Responden

Pekerjaan	Frekuensi	%
< Rp.1.000.000	26	26%
Rp.1.000.000-Rp.3.000.000	26	26%
Rp.3.000.000-Rp.5.000.000	4	4%
> Rp.5.000.000	2	2%
Lainnya	42	42%
Total	100	100%

Sumber: Hasil pengolahan data, 2023.

Tabel 4.5 menunjukkan bahwa terdapat 26 responden yang gaji bulanannya kurang dari Rp. 1.000.000 dengan persentase 26%, responden yang gajinya Rp. 1.000.000-Rp. 3.000.000 sebanyak 26 orang dengan prosentase 26%, responden yang gajinya Rp. 3.000.000-Rp. 5.000.000 berjumlah 4 orang dengan prosentase 4%, responden yang gajinya > Rp. 5.000.000 berjumlah 2 orang dengan persentase 2%, sedangkan responden

yang memilih gaji lain sebanyak 42 orang dengan persentase 42%. Dari data gaji tersebut dapat disimpulkan bahwa responden memiliki gaji lain.

C. Analisis dan Pengujian Hipotesis

1. Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk menentukan apakah pernyataan suatu item benar atau salah. Setiap pernyataan dapat dianggap benar jika mampu merangkum hal yang digunakan untuk membenarkan. Pernyataan data saat ini hampir selalu menyertakan variabel saat ini.

Uji validitas dapat dilakukan dengan membandingkan tabel r-hitung dan nilai-r. Dalam hal ini peneliti menggunakan uji signifikansi dengan membandingkan r-hitung dan r-tabel dengan simpangan $n-2$ dan taraf signifikansi 5%. Dalam situasi ini, jumlah sampel (n) = 100, dan rata-rata df dapat dihitung sebagai $100-2 = 98$ dengan tingkat signifikansi 5%, menghasilkan r tabel = 0,1966. Dengan demikian, jika r tabel > 0,1966 maka dapat dikatakan valid. Berikut adalah beberapa contoh validitas variabel dalam contoh ini:

1) Uji Validitas Variabel Promosi (X1)

Tabel 4.6
Hasil Pengujian Validitas Variabel Promosi (X1)

No	Keterangan	Person coorelation	Sig. (2-tailed)	Validitas
1	X1.1	0,781	0,000	Valid
2	X1.2	0,663	0,000	Valid
3	X1.3	0,858	0,000	Valid

Sumber : Hasil pengolahan data SPSS, 2023

Berdasarkan tabel 4.6 dapat dilihat bahwa hasil validasi tabel variabel promosi (X1) menunjukkan adanya hubungan antara baris hitung dan baris 0,1966 yang menunjukkan koefisien korelasi dan menunjukkan bahwa setiap item pada daftar adalah kupon yang valid. . Selain itu, dengan tingkat signifikansi di bawah 0,05, dimungkinkan untuk menyimpulkan bahwa setiap pernyataan yang dibuat dalam manuskrip adalah benar atau, kadang-kadang disebut, konsisten secara internal.

2) Uji Validitas Variuabel Keunggulan Produk (X2)

Tabel 4.7
Hasil Pengujian Validitas Variabel Keunggulan Produk (X2)

No	Keterangan	<i>Person coorelation</i>	Sig. (2-tailed)	Validitas
1	X2.1	0,821	0,000	Valid
2	X2.2	0,820	0,000	Valid
3	X2.3	0,762	0,000	Valid

Sumber : Hasil pengolahan data SPSS, 2023

Berdasarkan tabel 4.7 menunjukkan bahwa hasil uji validitas variabel keunggulan produk (X2) menunjukkan perbandingan r hitung $>$ r tabel (0,1966), yang berarti bahwa koefisien korelasi dan r menunjukkan bahwa semua butir pernyataan kuisione valid dan dapat disimpulkan bahwa setiap pernyataan dalam kuesioner adalah valid atau disebut konsistensi internal, dengan nilai signifikansi kurang dari 0,05 yang berarti variabel tersebut mampu mengukur aspek yang ingin diukur.

3) Uji Validitas Variuabel Penerapan Nilai Syariah (X3)

Tabel 4.8
Hasil Pengujian Validitas Variabel Penerapan Nilai Syariah (X3)

No	Keterangan	<i>Person coorelation</i>	Sig. (2-tailed)	Validitas
1	X3.1	0,868	0,000	Valid
2	X3.2	0,856	0,000	Valid
3	X3.3	0,910	0,000	Valid

Sumber : Hasil pengolahan data SPSS, 2023

Berdasarkan Tabel 4.8 terlihat bahwa hasil uji validitas variabel yang meliputi angka kepatuhan syariah (X3) menunjukkan bahwa varian lebih besar dari nilai target (0,1966). Hal ini menunjukkan bahwa koefisien korelasi dan r variabel telah menentukan bahwa setiap asersi yang dibuat dalam tabel adalah valid, dan setiap asersi dapat dikatakan memiliki konsistensi internal.

4) Uji Validitas Variuabel Minat Menabung Masyarakat (Y)

Tabel 4.9
Hasil Pengujian Validitas Variabel Minat Menabung (Y)

No	Keterangan	<i>Person coorelation</i>	Sig. (2-tailed)	Validitas
1	Y1.1	0,838	0,000	Valid
2	Y1.2	0,873	0,000	Valid
3	Y1.3	0,870	0,000	Valid

Sumber : Hasil pengolahan data SPSS, 2023

Berdasarkan tabel 4.9, hasil uji validitas variabel Minat Menabung (Y) menunjukkan selisih keduanya lebih besar dari nol (0,1966). Hal ini menunjukkan bahwa variabel tersebut valid, dan semua itemnya adalah pernyataan benar yang dapat diverifikasi

secara internal atau dengan tingkat signifikansi yang lebih tinggi dari nol (0,05), yang menunjukkan bahwa dapat mengubah hasil yang diinginkan.

Dari hasil data uji validitas di atas dapat diambil kesimpulan bahwa variabel Promosi (X1), Keunggulan Produk (X2), Penerapan Nilai Syariah (X3) dan Minat Menabung Masyarakat (Y) menunjukkan bahwa $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$ dan nilai signifikansi kurang dari 0,05. Sehingga dapat dinyatakan bahwa dalam penelitian ini setiap butir pernyataan kuisioner memiliki kevalidan.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat yang digunakan dalam penelitian untuk mengukur konsistensi kuesioner secara teratur dengan menggunakan metode *Alfa Cronbach*. Reliabilitas menunjukkan bahwa data secara instrumental baik atau konsisten dan dapat digunakan untuk penelitian lain. Dalam hal ini instrumen dapat dikatakan reliabel apabila koefisien *Alfa Cronbach*-nya $> 0,60$.

Tabel 4.10
Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Nilai α	α Ketetapan	Keterangan
1	Promosi (X1)	0,657	0,60	Reliabel
2	Keunggulan Produk (X2)	0,721	0,60	Reliabel
3	Penerapan Nilai Syariah (X3)	0,847	0,60	Reliabel
4	Minat Menabung Masyarakat (Y)	0,811	0,60	Reliabel

Sumber : Hasil pengolahan data SPSS, 2023

Jelas dari tabel 4.10 bahwa ada nilai ambang batas untuk setiap variabel yang menentukan reliabilitas. Variabel promosi (X1) $0,657 > 0,60$, kualitas produk (X2) $0,721 > 0,60$, penegakan hukum syariah (X3) $0,847 > 0,60$, dan keterlibatan masyarakat (Y) $0,811 > 0,60$. Dari hasil data uji reliabilitas dapat disimpulkan bahwa seluruh butir pernyataan pada kuisioner tersebut dapat dipercaya karena hasilnya relatif konsisten dan diberikan kepada 100 responden masyarakat Lumajang yang belum memiliki produk BSI dan berusia minimal 18 tahun dan maksimal 40 tahun. Sehingga kuesioner yang digunakan dapat membantu untuk penelitian lebih lanjut.

2. Uji Statistik Deskriptif

Uji statistik deskriptif adalah pengukuran data variabel dengan menghasilkan gambaran umum data, seperti rata-rata (Mean), tertinggi (Max), terendah (Min), dan standar deviasi dari masing-masing variabel yaitu variabel promosi (X1), keunggulan produk (X2), penerapan (Y). Hasil uji statistik deskriptif adalah sebagai berikut:

Tabel 4.11
Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimu m	Maximu m	Mean	Std. Deviation
Promosi	100	4	15	10.42	2.442
Keunggulan	100	5	15	12.04	1.723
Penerapan	100	5	15	11.86	1.933
Minat	100	3	15	10.94	2.554
Valid (listwise)	N 100				

Sumber : Hasil pengolahan data SPSS, 2023

Dari hasil Uji Deskriptif tersebut, dapat digambarkan distribusi data yang didapatkan oleh peneliti adalah:

- a. Variabel Promosi (X1), dari data tersebut untuk standar deviasi data promosi adalah 2.442 serta bisa di deskripsikan bahwa nilai minimum 4 sedangkan nilai tertinggi sejumlah 15 nilai rata-rata promosi sejumlah 10,42.
- b. Variabel Keunggulan Produk (X2), dari data tersebut untuk standar deviasi data promosi adalah 1,723 serta nilai minimum 5 sedangkan nilai maksimum sebesar 15 nilai rata-rata keunggulan produk sebesar 12,04.
- c. Variabel Penerapan Nilai Syariah (X3), dari data tersebut untuk standar deviasi data penerapan nilai syariah adalah 1,933 serta bisa di deskripsikan bahwa nilai minimum 5 sedangkan nilai maksimum sebesar 15 nilai rata-rata penerapan nilai syariah 11,86.
- d. Variabel Minat Menabung Masyarakat (Y), dari data tersebut untuk standar deviasi data minat menabung masyarakat 2,554 serta bisa di deskripsikan bahwa nilai minimum 3 sedangkan nilai maksimum sebesar 15 nilai rata-rata minat menabung masyarakat 10,94.

3. Uji Asumsi Klasik

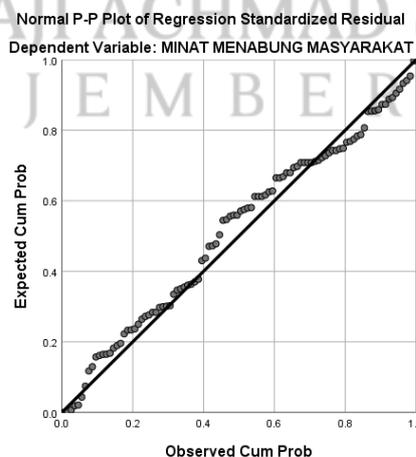
Uji asumsi digunakan untuk menentukan apakah suatu variabel (X) atau variabel tak pasti (Y) tertentu berdistribusi normal atau tidak. Ada tiga jenis tes dalam situasi ini:

a. Uji Normalitas

Model ke belakang Model regresi dengan data residual yang mengikuti distribusi normal adalah contoh uji normalitas yang baik. Statistik dengan menggunakan Graph Test Probability menyatakan bahwa jika data terdistribusi mendekati diagonal kemudian berpotongan dengan diagonal, dapat disimpulkan bahwa model regresi melanggar asumsi normalitas.⁹⁷

Selain Plot Normalitas, Subjek menggunakan Plot Normalitas Satu Sampel Kolmogorov-Smirnov. Dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov, data dapat diprediksi memiliki distribusi normal yang dapat dilihat dari tingkat signifikansinya. Uji normalitas sesuai dengan metode Kolmogorov-Smirnov ditetapkan pada tingkat signifikansi lebih besar dari 0,05 sehingga data dapat diinterpretasikan memiliki distribusi normal.

Gambar 4.3
Hasil Uji Normalitas Probability Plot



Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS, 2023.

⁹⁷ Imam Ghozali, “*Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*”, Semarang : Badan Penerbit Universtas Diponegoro (2018), 163

Dari hasil analisis di atas dapat disimpulkan bahwa titik-titik memanjang melintang diagonal. Dari sini dapat disimpulkan bahwa model regresi dan data statistik memiliki distribusi yang khas. Namun demikian, karena uji normalitas yang dimaksud tidak dapat ditentukan hanya dari hasil grafik, informasi lebih lanjut tentang metode normalitas uji *Kolmogorov-Smirnov* harus dipahami. Untuk mengurangi bias dalam analisis ini, penulis juga menggunakan uji normalitas *Kolmogorov-Smirnov*.

Tabel 4.12
Hasil Uji Normalitas *Kolmogorov Smirnov*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.2478106
	Std. Deviation	1.48324588
Most Extreme Differences	Absolute	.089
	Positive	.071
	Negative	-.089
Test Statistic		.089
Asymp. Sig. (2-tailed)		.091 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

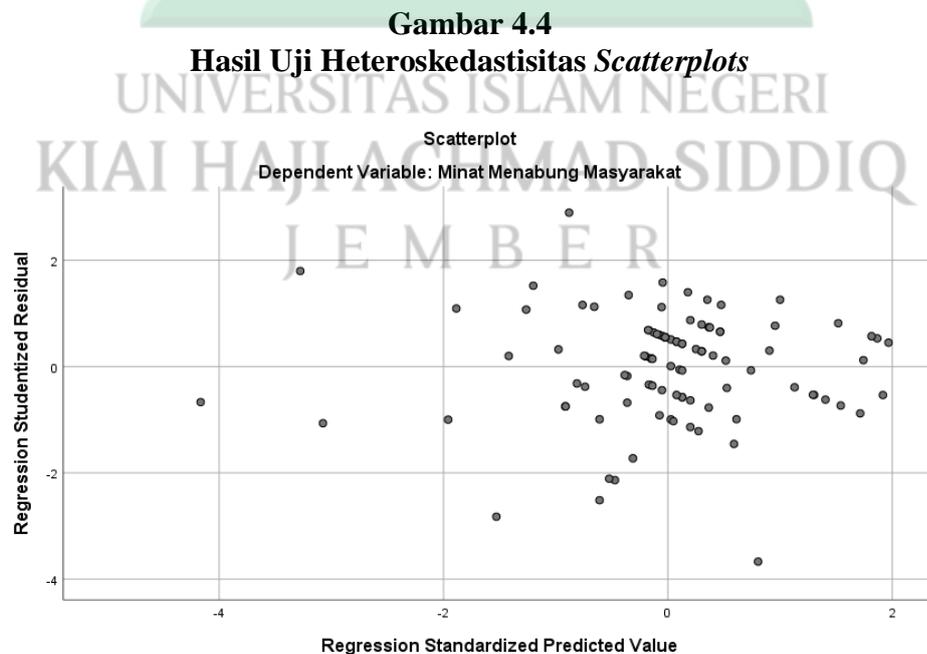
c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS, 2023

Menurut rumus distribusi normal, temuan uji normalitas metode Kolmogorov-Smirnov memiliki signifikansi 0,091, yaitu lebih dari 0,05 seperti yang ditunjukkan pada tabel di atas. Data dalam penelitian ini dikatakan berdistribusi teratur jika $0,091 > 0,05$.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas menguji model regresi untuk melihat apakah residual dari satu pengamatan berbeda dengan residual dari data lainnya. Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini menggunakan uji Glejser dan uji scatterplots. Tidak ada pola yang terlihat pada grafik, seperti yang ditunjukkan oleh tes scatterplot. Jika titik-titik grafik terdistribusi secara merata dan terletak di atas dan di bawah 0, maka dianggap tidak heteroskedastis. Pendekatan Glejser dapat digunakan untuk menentukan signifikansi sehingga terjadi heteroskedastisitas atau tidak. Aturan umumnya adalah tidak terjadi heteroskedastisitas atau homoskedastisitas jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Hasil analisis SPSS terhadap uji heteroskedastisitas adalah sebagai berikut:



Sumber: Hasil pengolahan data SPSS, 2023

Dari hasil uji heteroskedastisitas scatterplot di atas terlihat bahwa nilai-nilai tersebut terdistribusi secara acak dan berkisar antara 0 sampai dengan 1. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa penelitian ini tidak memiliki heteroskedastisitas. Namun, secara statistik menggunakan uji Glejser tidak dapat dibuktikan bahwa data sebenarnya tidak menunjukkan heteroskedastisitas. Hasil uji heteroskedastisitas dengan menggunakan uji Gejler adalah sebagai berikut:

Tabel 4.13
Hasil Uji Heteroskedastisitas *Gejler*

a. Uji Heteroskedastisitas Glejser

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.228	.086		2.657	.009
Promosi	-.008	.004	-.255	-2.318	.230
Keunggulan Produk	.007	.007	.125	1.033	.305
Penerapan Nilai Syaria	-.009	.007	-.162	-1.288	.201

a. Dependent Variable: ABS_RES
Sumber: Hasil pengolahan data SPSS, 2023.

Hasil uji heteroskedastisitas Gejler Tabel 4.13 menunjukkan bahwa nilai signifikansi variabel Promosi (X1), Keunggulan Produk (X2), dan Penerapan Nilai Islam (X3) adalah 0,230, 0,305, dan 0,201 dengan signifikansi nilai $> 0,05$, masing-masing. Hasil tersebut

menunjukkan bahwa variabel bebas dalam penelitian ini tidak menunjukkan adanya heteroskedastisitas.

c. Uji Multikolinieritas

Menentukan ada atau tidaknya korelasi antar variabel bebas dalam model regresi dengan menggunakan uji multikolinieritas. Proses pengambilan keputusan mengasumsikan bahwa masalah multikolinieritas akan semakin sering terjadi semakin mendekati nilai tolerance dan nilai VIF. Menurut sebagian besar penelitian, multikolinieritas tidak terjadi ketika toleransi lebih tinggi dari 0,1 dan VIF lebih rendah dari 10,00.

Tabel 4.14
Hasil Uji Multikolinieritas

Model		Unstandardized		Standardized		t	Sig.	Collinearity Statistics Tolerance	VIF
		Coefficients B	Std. Error	Coefficients Beta	d				
1	(Constant)	-.777	1.572			-.494	.622		
	PROMOSI	.082	.088	.078		.936	.352	.888	1.126
	KEUNGGULAN PRODUK	.282	.142	.190		1.982	.050	.677	1.477
	PENERAPAN NILAI SYARIAH	.630	.128	.477		4.905	.000	.658	1.520

a. Dependent Variable: MINAT MENABUNG MASYARAKAT
Sumber: Hasil pengolahan data SPSS, 2023.

Dimungkinkan untuk melihat nilai VIF dan toleransi untuk setiap variabel independen individu dalam tabel multikolinearitas di atas. Variabel Promosi (X1) memiliki tingkat toleransi sebesar 0,888 dan VIF sebesar 1,126; Variable Product (X2) memiliki tingkat toleransi 0,67 dan VIF 1,477; dan Variabel Penerapan Nilai Syariah (X3) memiliki tingkat toleransi sebesar 0,658 dan VIF sebesar 1,520.

Jumlah total hasil analisis multikolinearitas untuk variabel-variabel tersebut di atas menghasilkan nilai tolerance $> 0,1$ dan nilai VIF < 10.00 . Sehingga dapat disimpulkan bahwa multilocus multilinearity tidak terjadi pada analisis variabel dasar penelitian ini.

4. Uji Regresi Linier Berganda

Untuk mengevaluasi dan menguji pengaruh variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen), baik secara bersama-sama maupun sendiri-sendiri, analisis regresi linier berganda adalah teknik yang berguna.

Tabel 4.15
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.777	1.572		-.494	.622
	Promosi	.082	.088	.078	.936	.352
	KeunggulanProduk	.282	.142	.190	1.982	.005
	PenerapanNilaiSyariah	.630	.128	.477	4.905	.000

a. Dependent Variable: MinatMenabungMasyarakat
Sumber: Hasil Pengolahan data SPSS, 2023

Dari hasil analisis pada tabel 4.16 dapat disimpulkan bahwa model regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

$$Y = -0,777 + 0,082X_1 + 0,282X_2 + 0,630X_3 + e$$

Penjelasan dari persamaan diatas sebagai berikut:

- a. Nilai konstanta (α) sejumlah $-0,777$ maka dapat diartikan semua variabel bebas yaitu promosi, keunggulan produk, serta penerapan nilai syariah dianggap konsisten atau tidak mengalami perubahan maka besarnya variabel dependen (minat menabung masyarakat) adalah bernilai $-0,777$. Konstanta sebesar $-0,777$ dianggap berpengaruh negatif. Konstanta negatif berarti terjadi penurunan minat menabung masyarakat.
- b. Variabel Promosi (X_1) berpengaruh positif terhadap minat menabung masyarakat yang ditunjukkan dengan nilai koefisien regresi sebesar $0,082$ yang menunjukkan bahwa setiap kenaikan 1% variabel Promosi maka minat masyarakat untuk menabung akan berubah sebesar $0,082$.
- c. Variabel Keunggulan Produk (X_2) berpengaruh positif terhadap minat menabung masyarakat yang ditunjukkan dengan nilai koefisien regresi sebesar $0,282$ yang menunjukkan bahwa setiap kenaikan 1% variabel Promosi maka minat masyarakat untuk menabung akan berubah sebesar $0,282$.

- d. Variabel Penerapan Nilai Syariah (X3) berpengaruh positif terhadap minat menabung masyarakat yang ditunjukkan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,630 yang menunjukkan bahwa setiap kenaikan 1% variabel Promosi maka minat masyarakat untuk menabung akan berubah sebesar 0,630.

5. Uji Hipotesis

a. Uji t (Parsial)

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen dilakukan uji t (parsial). H_a diterima sebagai dasar pemilihan uji t (parsial) jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai signifikansi $< 0,05$. Hal ini mengarah pada kesimpulan bahwa variabel independen memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap variabel dependen. Nilai t-tabel penelitian ini adalah 1,661 dihitung dengan menggunakan sampel 100 partisipan.

Tabel 4.16
Hasil Uji t (Parsial)
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.777	1.572		-.494	.622
Promosi	.082	.088	.078	.936	.352
KeunggulanProduk	.282	.142	.190	1.982	.005
PenerapanNilaiSyaria h	.630	.128	.477	4.905	.000

a. Dependent Variable: MinatMenabungMasyarakat
Sumber: Hasil pengolahan data SPSS, 2023.

Berikut pembahasan hasil analisis uji t:

1) H₀ : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara promosi secara parsial terhadap minat menabung masyarakat di BSI KCP Lumajang S. Parman.

H₁ : Terdapat pengaruh yang signifikan antara Promosi secara parsial terhadap terhadap minat menabung masyarakat di BSI KCP Lumajang S. Parman.

Nilai signifikan variabel promosi (X₁) adalah $0,352 > 0,05$, dan nilai t hitung adalah $0,936 < 1,661$, sesuai dengan temuan uji t yang dibahas di atas. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa H₀ disetujui sedangkan H₁ tidak disetujui. Dapat disimpulkan bahwa minat masyarakat untuk menabung di BSI KCP Lumajang S. Parman tidak dipengaruhi secara signifikan oleh variabel promosi.

2) H₀ : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara keunggulan produk secara parsial terhadap terhadap minat menabung masyarakat di BSI KCP Lumajang S. Parman.

H₂ : Terdapat pengaruh yang signifikan antara keunggulan produk secara parsial terhadap terhadap minat menabung masyarakat di BSI KCP Lumajang S. Parman.

Nilai signifikansi variabel keunggulan produk (X₂) diketahui sebesar $0,005 < 0,05$ berdasarkan hasil uji t tersebut di atas, dan nilai t estimasi sebesar $1,982 > t$ tabel $1,661$. Sehingga dapat dikatakan bahwa H₀ diterima tetapi H₂ ditolak. Dapat

disimpulkan bahwa minat masyarakat untuk menabung di BSI KCP Lumajang S. Parman dipengaruhi secara signifikan oleh karakteristik keunggulan produk.

3) H_0 : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara penerapan nilai syariah secara parsial terhadap terhadap minat menabung masyarakat di BSI KCP Lumajang S. Parman.

H_3 : Terdapat pengaruh yang signifikan antara penerapan nilai syariah secara parsial terhadap terhadap minat menabung masyarakat di BSI KCP Lumajang S. Parman.

b. Uji F (Simultan)

Uji F (simultan) bertujuan untuk menetapkan atau menentukan apakah variabel bebas (X) secara simultan berpengaruh terhadap variabel terikat (Y). Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka variabel independen dan dependen sama-sama memiliki pengaruh terhadap variabel dependen. Dikatakan signifikan jika nilai $< 0,05$. 100 responden yang memiliki skor F-tabel 2,70 dipekerjakan dalam penelitian ini.

Tabel 4.17

Hasil Uji F (simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	260.008	3	86.669	21.576	.000 ^b
	Residual	385.632	96	4.017		
	Total	645.640	99			

a. Dependent Variable: MinatMenabungMasyarakat

b. Predictors: (Constant), PenerapanNilaiSyariah, Promosi, KeunggulanProduk

Sumber: hasil pengolahan data SPSS,2023.

H0 : Tidak terdapat pengaruh secara simultan antara promosi, keunggulan produk dan penerapan nilai syariah terhadap terhadap minat menabung masyarakat di BSI KCP Lumajang S. Parman.

H4 : Terdapat pengaruh secara simultan antara promosi (x1), keunggulan produk dan penerapan nilai syariah terhadap minat menabung masyarakat di bsi kcp lumajang s. parman.

Nilai F yang ditentukan adalah 21,576 dengan nilai signifikan 0,000 menurut perhitungan dari analisis regresi linier berganda. Dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak dan H4 diterima karena $F_{hitung} 21,576 > F_{tabel} 2,70$ dan dapat dinyatakan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Dapat disimpulkan bahwa minat masyarakat untuk menabung di BSI KCP dipengaruhi secara signifikan oleh faktor periklanan, keunggulan produk, dan penerapan nilai-nilai syariah. Itu Lumajang S. Parman.

6. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 4.18
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.635 ^a	.403	.384	2.004

a. Predictors: (Constant), PenerapanNilaiSyariah, Promosi, KeunggulanProduk

b. Dependent variable: Minat Menabung Masyarakat

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS,2023.

Satuan yang digunakan untuk menyatakan seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat disebut koefisien determinasi. Kisaran nilai koefisien determinasi adalah dari 0 hingga 1, atau bila direpresentasikan sebagai persentase, dari 0% hingga 100%. Koefisien determinasi, yang terkadang disebut mendekati 1 atau 100%, meningkat seiring dengan besarnya variabel independen.

Tabel 4.18 Koefisien R Square (R^2) yang memiliki nilai persentase 40,3% dan nilai 0,403 menunjukkan bahwa konsumen berminat menabung di BSI KCP. Promosi, keunggulan produk, dan penerapan syariah secara gabungan memiliki pengaruh sebesar 40,3% terhadap Lumajang S. Parman. Faktor selain dari 59,7% variabel dalam penelitian ini adalah yang mempengaruhi sisanya.

D. PEMBAHASAN

1. Pengaruh Promosi (X1) Terhadap Minat Menabung (Y) Masyarakat di BSI KCP Lumajang S Parman

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda, variabel promosi (X1) berpengaruh positif terhadap minat menabung masyarakat. Artinya setiap kenaikan 1% pada variabel promosi maka minat masyarakat untuk menabung akan berubah sebesar 0,082. Nilai koefisien regresi variabel promosi sebesar 0,082.

Analisis data pengujian menghasilkan kesimpulan bahwa variabel Promosi (X1) tidak terlihat pengaruhnya terhadap variabel keinginan menabung (Y) pada BSI KCP Lumajang S Parman. Temuan analisis yang

meliputi beta positif (koefisien standar) 0,078, nilai signifikansi uji-t 0,352 > 0,05 untuk variabel promosi (X1), dan nilai t-hitung 0,936 < t-tabel dari 1.661, adalah buktinya. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa H₀ disetujui sedangkan H₁ tidak disetujui. Dapat disimpulkan bahwa minat masyarakat untuk menabung di BSI KCP Lumajang S Parman tidak dipengaruhi secara signifikan oleh variabel promosi.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Mawardi yang menemukan bahwa promosi langsung memiliki efektivitas waktu yang lebih rendah dibandingkan dengan promosi tidak langsung yang tidak mempengaruhi minat masyarakat untuk menabung.⁹⁸ Namun temuan penelitian ini bertentangan dengan penelitian Kadek Adi Putra, Sri Purnami, dan Nyoman Senimantara yang menunjukkan bahwa promosi berpengaruh signifikan terhadap intensi menabung.⁹⁹ Serta Rachmad Nor Firman menegaskan bahwa promosi televisi dan media televisi memiliki pengaruh yang paling besar terhadap minat masyarakat untuk menabung di bank syariah. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa bank syariah harus lebih terlibat dalam media promosi.¹⁰⁰

⁹⁸ Mawardi, "Pengaruh Promosi Tabungan Bank Sumsel Syariah Terhadap Minat Menabung Masyarakat Kota Palembang", *Jurnal Al-Tijary*, Vol. 4 No. 1, (Desember, 2018):50.

⁹⁹ Kadek Adi Putra Gunawan, A.A Sri Purnami dan Nyoman Senimantara. "Pengaruh Faktor Promosi, Pelayanan, Produk, dan Suku Bunga Terhadap Minat Menabung Mahasiswa Pada Bank Umum", *Warmadewa Economic Development Journal* 3 (2), (2020):49.

¹⁰⁰ Rachmad Nor Firman, "Pengaruh Media Promosi Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Masyarakat di Bank Syariah Mandiri Pasuruan", *Jurnal Dosen STAI Salahuddin Pasuruan* (tt): 8.

2. Pengaruh Keunggulan Produk (X2) Terhadap Minat Menabung (Y) Masyarakat di BSI KCP Lumajang S Parman

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda, variabel keunggulan produk (X2) berpengaruh positif terhadap minat menabung masyarakat. Artinya setiap kenaikan 1% pada variabel keunggulan produk maka minat masyarakat untuk menabung akan berubah sebesar 0,282. Nilai koefisien regresi variabel keunggulan produk sebesar 0,282.

Setelah menganalisis analisis data, hipotesis pertama menghasilkan temuan bahwa variabel keunggulan produk (X2) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel minat menabung (Y) masyarakat di BSI KCP Lumajang S Parman. Hal ini ditunjukkan dengan hasil analisis yang menunjukkan (*Standardized Coefficient*) beta sebesar 0,190, nilai positif dengan nilai signifikansi uji t sebesar 0,005 < 0,05 dan nilai t hitung sebesar 1,982 < t tabel 1,661. Sehingga dapat dikatakan bahwa H0 diterima tetapi H2 ditolak. Dapat disimpulkan bahwa minat masyarakat untuk menabung di BSI KCP Lumajang S. Parman dipengaruhi secara signifikan oleh karakteristik keunggulan produk.

Dari hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Deti Maylina dan Ade Sofyan Mulazid menunjukkan bahwa keunggulan produk tabungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.¹⁰¹ Menurut Niken Nastiti, arif Hartono, dan Ika Farida Ulfah menunjukkan nilai signifikan pengetahuan produk berpengaruh

¹⁰¹ Deti Maylina & Ade Sofyan, "Analisis Pengaruh Service Quality, Customer Relationship Management dan Keunggulan Produk Tabungan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank BRI Syariah", *Islamadina: Jurnal Pemikiran Islam*, Vol. 19 No,1 (Maret 2018):103.

signifikan terhadap preferensi penggunaan produk perbankan.¹⁰² Serta menurut Samsuri menunjukkan nilai signifikan keunggulan produk berpengaruh signifikan terhadap minat menabung dan potensi ancaman bank syariah itu sendiri adalah teknologi yang semakin meningkat dapat menjadikan pesaing beralih mengembangkan layanan keunggulan produk digitalisasi menjadi lebih baik.¹⁰³

3. Pengaruh Penerapan nilai syariah (X3) terhadap minat menabung masyarakat di BSI KCP Lumajang S. Parman

Variabel penerapan nilai syariah positif terhadap minat menabung masyarakat memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,630 sesuai hasil analisis regresi linier berganda, artinya setiap kenaikan 1% variabel penerapan nilai Islami positif, maka minat menabung masyarakat akan berubah. sebesar 0,630. Sebaliknya keinginan masyarakat untuk menabung akan turun sebesar 0,630 jika keunggulan produk turun sebesar 1%.

Dengan menganalisis data, hipotesis pertama menentukan bahwa variabel demografi penduduk muslim (Y) dan minat menabung (X3) di BSI KCP Lumajang S Parman berkorelasi signifikan. Hal ini didukung dengan hasil analisis yang menunjukkan bahwa beta (Standardized Coefficient) sebesar 0,477 yang bertanda positif dan nilai t (Uji T) sebesar

¹⁰² Niken Nasiti, Arif Hartono, dan Ika Farida Ulfah, "Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan Perbankan, Pengetahuan Produk Perbankan, Pengetahuan Pelayanan Perbankan, dan Pengetahuan Bagi Hasil Terhadap Preferensi Menggunakan Jasa Perbankan Syariah," *Jurnal Ilmiah Bidang Manajemen dan Bisnis*, Vol.1, No. 1 (2018): 19.

¹⁰³ Samsuri, "Strategi Keunggulan Bersaing Melalui Digitalisasi Layanan Produk Pada Bank Syariah Indonesia KCP Rogojampi", *Ribhuna: Jurnal Keuangan dan Perbankan Syariah*, Vol. 1, No. 1 (2022):52.

4,905 > 1,661 dan nilai signifikansi variabel keunggulan produk (X3) sebesar $0,000 < 0,05$. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_3 dikembalikan. Dapat dikatakan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara variabel penerapan nilai-nilai syariah dengan partisipasi warga di BSI KCP Lumajang S. Parman.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Adzan Noor Bakri dan Umi Masruroh menunjukkan hasil penelitiannya bahwa penerapan nilai-nilai syariah pada perbankan syariah berpengaruh positif serta signifikan terhadap berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.¹⁰⁴ Sejalan juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Reza dan Evony Silvino serta Hamdi Agustin yang hasil penelitiannya menyatakan itu bermanfaat bagi keuangan Islam untuk memasukkan prinsip-prinsip Islam. Jadi, boleh dikatakan bahwa perbankan syariah telah memasukkan nilai-nilai Islam ke dalam usaha komersialnya.¹⁰⁵

4. Pengaruh Promosi (X1), Keunggulan Produk (X2), dan Penerapan Nilai Syariah (X3) terhadap minat menabung masyarakat di BSI KCP Lumajang S. Parman

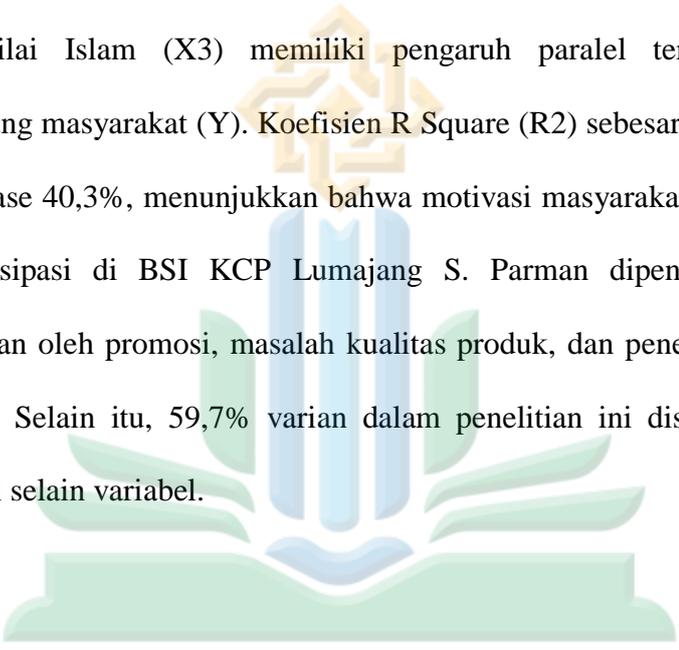
Dari hasil analisis uji F yang dilakukan diperoleh angka signifikan 0. Sehingga dapat dinyatakan bahwa F hitung $21,576 > F$ tabel 2,70 dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak

¹⁰⁴ Adzan Noor Bakri dan Umi Masruroh, "Penerapan Nilai-Nilai Islam dalam Bank Berbasis Syariah dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Nasabah", *Dinamis: Journal Of Islamic Management and Bussiness*, Vol. 1 No. 1 (April, 2018):38.

¹⁰⁵ Hamdi Agustin, "Analisis Penerapan Nilai-Nilai Islam Pada Bank Syariah Di Pekanbaru," *Jurnal Tabarru': Islamic Banking* Vol. 2 No. 2, (November,2019): 28.

dan H4 diterima. Dapat dikatakan bahwa ada keuntungan yang signifikan secara bersamaan antara berbagai promosi, kualitas produk, dan kepatuhan terhadap hukum syariah terkait pertemuan massal di BSI KCP Lumajang S. Parman.

Variabel Promosi (X1), Keunggulan Produk (X2), dan Penerapan Nilai-Nilai Islam (X3) memiliki pengaruh paralel terhadap minat menabung masyarakat (Y). Koefisien R Square (R²) sebesar 0,403 dengan persentase 40,3%, menunjukkan bahwa motivasi masyarakat umum untuk berpartisipasi di BSI KCP Lumajang S. Parman dipengaruhi secara signifikan oleh promosi, masalah kualitas produk, dan penegakan hukum syariah. Selain itu, 59,7% varian dalam penelitian ini disebabkan oleh variabel selain variabel.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah faktor seperti keunggulan produk, nilai syariah, dan variabel iklan berpengaruh terhadap keinginan masyarakat untuk menabung di BSI KCP Lumajang S Parman. Berikut adalah kesimpulan dari kajian dan rekomendasi yang dibuat terkait iklan, spesifikasi produk, dan hukum syariah terkait partisipasi masyarakat umum di BSI KCP Lumajang S Parman:

1. Promosi (X1) secara signifikan tidak berpengaruh terhadap Minat Menabung Masyarakat (Y), dapat dilihat dari hasil uji t yaitu variabel promosi (X1) sebesar $0,352 > 0,05$ dan nilai t hitung $0,936 < 1,661$.
2. Keunggulan Produk (X2) secara signifikan berpengaruh terhadap Minat Menabung Masyarakat (Y), dapat dilihat dari hasil uji t nilai signifikansi variabel Keunggulan Produk (X2) sebesar $0,005 < 0,05$ dan nilai t hitung hitung $1,982 > t$ tabel $1,661$.
3. Penerapan nilai Syariah (X3) secara signifikan berpengaruh terhadap Minat Menabung masyarakat (Y) , dapat dilihat dari hasil uji t nilai signifikansi variabel keunggulan produk (X3) sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $4,905 > 1,661$.
4. secara simultan Terdapat pengaruh antara variabel promosi (X1), Keunggulan Produk (X2) Penerapan Nilai Syariah (X3) terhadap minat

menabung masyarakat (Y), dapat dilihat dari hasil uji f yaitu F hitung $21,576 > F$ tabel 2,70 dan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$.

B. Saran-Saran

Dari kesimpulan tersebut, berikut beberapa saran yang dapat penulis sampaikan diantaranya:

1. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini diyakini bahwa temuan penelitian ini akan memberikan wawasan teoritis dan praktis yang berguna. Untuk memperoleh hasil yang lebih tepat dengan sampel yang lebih besar, penelitian ini perlu dikembangkan lagi. Hasil penelitian ini dapat berbeda dengan penelitian selanjutnya karena kemajuan zaman.

2. Bagi Masyarakat

Penelitian ini dapat digunakan masyarakat untuk dijadikan referensi bagi masyarakat yang ingin menggunakan produk tabungan BSI yang berprinsip pada nilai-nilai syariah Islam.

3. Bagi BSI KCP Lumajang S Parman

Dalam penelitian ini variabel Promosi (X1) secara signifikan tidak berpengaruh terhadap Minat Menabung Masyarakat (Y), meskipun tidak memberikan pengaruh terhadap minat menabung, alangkah baiknya diharapkan mengkaji strategi promosi dan memperluas ketersediaan promosi yang lebih berkualitas lagi agar dapat merangsang minat pelanggan terhadap BSI KCP Lumajang S Parman.

Dalam Penelitian ini Keunggulan Produk (X2) dan Penerapan nilai Syariah (X3) secara signifikan berpengaruh terhadap Minat Menabung Masyarakat (Y), meskipun keunggulan produk dan penerapan nilai syariah cukup berpengaruh terhadap minat menabung masyarakat perlu dilakukan peningkatan kualitas produk dan ditingkatkan penerapan nilai syariah BSI agar masyarakat tertarik menabung pada BSI.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

DAFTAR PUSTAKA

- Aclaq, Husnul. "Pengaruh Kualitas Layanan dan Promosi Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank BRISyariah KCP Genteng Banyuwangi". Skripsi: IAIN Jember, 2018.
- Agustin, Hamdi. "Analisis Penerapan Nilai-Nilai Islam Pada Bank Syariah Di Pekanbaru," *Jurnal Tabarru': Islamic Banking* Vol. 2 No. 2, (2019): 28-37.
- Amalia, Nadroh Nur. "Indikator Kinerja Karyawan untuk Penilaian Evaluasi dari Perusahaan." *Ekrut Media*. 10 November 2021. ekrut.com.
- Andespa, Roni. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Menabung Di Bank Syariah," *Al-Masrof: Jurnal Lembaga Keuangan dan perbankan*, Vol. 2 No. 1 (2017): 43-57.
- Anshori, Muslich & Sri Iswati. *Buku Ajar Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Surabaya: Pusat Penerbitan dan Percetakan UNAIR (AUP), 2009.
- Bakri, Adzan Noor & Umi Masruroh. "Penerapan Nilai-nilai Islam Dalam Bank Berbasis Syariah dan Pengaruhnya terhadap Loyalitas Nasabah", *Dinamis: Journal of Islamic Management And Bussiness* Vol. 1 No. 1 (2018):33-45.
- Bankbsi.co.id, "Pembiayaan", diakses 20 Februari 2023, www.bankbsi.co.id/produk&layanan/tipe/individu/kategori/tabungan?page=2
- Bankbsi.co.id, "Tabungan beragam produk tabungan sesuai prinsip syariah", diakses 20 Februari 2023, www.bankbsi.co.id/produk&layanan/tipe/individu/kategori/tabungan?page=2
- BSI. "Sejarah Perseroan". [bankbsi.co.id](https://ir.bankbsi.co.id/corporate_history.html). 27 Agustus 2022. https://ir.bankbsi.co.id/corporate_history.html.
- Candrakuncaraningsih, Venomena. "Pengaruh Media Promosi Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Masyarakat di Bank Syariah Indonesia Kudus". *JIEI: Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(02), (2022): 1724-1728.

- Danupranata, Gita. *Buku Ajar Manajemen Perbankan Syariah*. Jakarta: Salemba Empat, 2013.
- Dony, Isnandi. *Produk yang Berkualitas merupakan Produk yang Unggul*. Malaysia, 2013.
- Firman, Rahmad Nor. “Pengaruh Media Promosi Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Mandiri Pasuruan”, *Jurnal STAI Salahuddin Pasuruan*, (t.t): 1-5.
- Ghozali, Imam. “*Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*”, Semarang : Badan Penerbit Universtas Diponegoro,2018.
- Gunawan, Kadek Adi Putra, A.A Sri Purnami dan Nyoman Senimantara. “Pengaruh Faktor Promosi, Pelayanan, Produk, dan Suku Bunga Terhadap Minat Menabung Mahasiswa Pada Bank Umum”. *Warmadewa Economic Development Journal* 3 (2). (2020):45-52.
- Hasibuan, Faisal Umardani dan Rahma Wahyuni.” Pengaruh Pengetahuan Masyarakat dan Minat Penerapan Nilai Islam Terhadap Keputusan Menggunakan Tabungan Perbankan Syariah (Studi Kasus Masyarakat Kota Langsa)”. *JIEI: Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 6 (01). (2020):22-33.
- Ismail. *Perbankan Syariah*. Jakarta: Kencana Pramedia Group, 2011.
- Kasmir. *Pemasaran bank*. Jakarta: Prenamedia Group, 2018.
- Kasmir. *Pengantar Manajemen Keuangan*. Jakarta: Kencana Pramedia Group, 2020.
- Makanap, Agus Shella. “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah pada Pelayanan Customer Service BPD KALTIM Cabang Utama Samarinda.” *Jurnal Ekonomi Universitas* 17 Agustus Samarinda. 253-164.
- Mawardi. “Pengaruh Promosi Tabungan Bank Sumsel Syariah Terhadap Minat Menabung Masyarakat Kota Palembang”. *Jurnal Al-Tijary*. Vol. 4 No. 1. (2018):43-52.
- Maylina, Deti & Ade Sofyan Mulazid. “Analisis Pengaruh Service Quality, Customer Relationship Management dan Keunggulan Produk Tabungan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank BRI Syariah.” *Islamidina* Vol. 19 No. 1 (2018): 89-106.

- Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2019.
- Muhammad. *Pengantar Bisnis Syariah*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2019.
- Nasution, Hamni Fadlilah “Instrumen Penelitian Dan Urgensinya Dalam Penelitian Kuantitatif,” *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan*, (td):59-75.
- Nasiti, Niken, Arif Hartono, dan Ika Farida Ulfah, “Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan Perbankan, Pengetahuan Produk Perbankan, Pengetahuan Pelayanan Perbankan, dan Pengetahuan Bagi Hasil Terhadap Preferensi Menggunakan Jasa Perbankan Syariah,” *Jurnal Ilmiah Bidang Manajemen dan Bisnis*, Vol.1, No. 1 (2018): 15-25.
- Nurika, Yeni, Adi Rahmanur Ibnu, dan Imam Abdul Aziz, “Analisis Pengaruh Promosi, Keunggulan Produk, dan Penerapan Nilai Syariah Terhadap Minat Menabung Masyarakat (Studi Pada PT. BSI Kuala Tungkal Jambi)”, *Jurnal Nisbah*, Vol.7 No. 2 (2021):98-105.
- Nugraha, Billy. *Pengembangan Uji Statistik: Implementasi Metode Regresi Linier Berganda dengan Pertimbangan Uji Asumsi Klasik*. t.tp.: Penerbit Pradina Pustaka (Grup Penerbitan CV. Pradina Pustaka Grup), 2022.
- Purnomo, Rochmat Aldy. *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis Dengan SPSS*. Ponorogo: UNMUH PONOROGO PRESS, 2017.
- Putri, Yulia, Ani Solihat, Rani Rahmayani, Iis Iskandar, dan Andry Trijumansyah. “Strategi Meningkatkan Minat Menabung di Bank Syariah melalui penerapan Religiusitas,” *Jurnal Manajemen dan Bisnis: Performa* Vol. 16 No.1, (Maret 2019): 77-88.
- Qur'an Kemenag, Al-Qur'an QS. Al-Imran/ 3:130
- Orteg, Daniel & Anas Alhifni. “Pengaruh Media Promosi Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Masyarakat di Bank Syariah”. *Equilibrium: Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol. 5 No. 1 (2017):87-98.
- Reza, Muhammad & Evony Silvino Violita. “Pengaruh Penerapan Nilai-Nilai Islam Terhadap Kinerja Bank Syariah dengan Menggunakan Maqashid Indeks: Studi Lintas Negara”. *Jurnal Dinamika Akuntansi dan Bisnis* Vol. 5 No. 1 (2018): 17-30.

- Ridwan & Sunarto. *Pengantar Statistika Untuk Penelitian Sosial, Ekonomi, Komunikasi dan Bisnis*. Bandung: Alfabeta, 2014.
- Rusby, Zulkifli. *Manajemen Perbankan Syariah*. Pekanbaru: Pusat Kajian Pendidikan Islam FAI UIR, 2017.
- Saifudin, Taufik. “Pengaruh Promosi, Religiusitas, dan Kepercayaan Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah dengan Pengetahuan Masyarakat Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Masyarakat di Kota Salatiga)”. Skripsi: IAIN Salatiga, 2018.
- Silahi, Ulber. *Metode Penelitian Sosial Kuantitatif*. Bandung: PT Refika Aditama, 2015.
- Sugiyono. “*Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.*” Bandung: Alfabeta, 2016.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta, 2019.
- Sutrisno, Edy. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Kencana, 2009.
- Tim Penyusun buku Pedoman Penulisan Karya Ilmiah Institut Agama Islam Negeri Jember. “Pedoman Penulisan Karya Ilmiah Institut Agama Islam Negeri Jember”. Jember : IAIN Jember, 2019.
- Wahjono, Sentot Imam. *Manajemen Pemasaran Bank*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010.
- Widjaja, Andrianto. “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Mandiri Tbk.” Sekolah Tinggi Manajemen LABORA, 15 Agustus 2022. <http://www.labora.ac.id/sjurnal/D-JURNAL-6-MKT-AW.PDF>.
- Yusup, Febrianawati. “Uji Validitas dan Realibilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif.” *Jurnal tarbiyah: Jurnal Ilmiah Kependidikan*. Vol. 7 No.1, (2018):17-23.

1. Matriks Penelitian

Nama : Nur Azizah Dosen Pembimbing : M.F. Hidayatullah, S.H.I., M.S.I.
 NIM : E20191080 NIP : 197608122008011015
 PRODI : Perbankan Syariah Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Promosi, Keunggulan Produk, dan Penerepan Nilai Syariah Terhadap Minat Menabung Masyarakat (Studi Kasus BSI KCP Lumajang S. Parman)

Judul	Rumusan Masalah	Variabel	Indikator	Sumber Data	Metodelogi Penelitian
ANALISIS PENGARUH PROMOSI, KEUNGGULAN PRODUK, DAN PENEREPAN NILAI SYARIAH	1. Adakah Pengaruh yang signifikan dari Promosi, Keunggulan Produk	1. Variabel Independen (X), dalam penelitian ini terdapat tiga variabel X yaitu: <ul style="list-style-type: none"> • Promosi (X1) • Keunggulan 	1. Promosi, indikator: <ul style="list-style-type: none"> • Periklanan (<i>Advertising</i>) • Penjualan Pribadi (<i>Personal Selling</i>) • Pemasaran Langsung 2. Keunggulan Produk	1. Responden: <ul style="list-style-type: none"> • Masyarakat sekitar Bank BSI Kantor Wilayah Luamajang. • Usia minimal 18 tahun dan 	1. Metode Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan alat untuk menganalisis yaitu SPSS. 2. Metode Pengumpulan

<p>TERHADAP MINAT MENABUNG MASYARAKAT (STUDI KASUS BSI KCP LUMAJANG S. PARMAN)</p>	<p>dan Penerapan Nilai Syariah Terhadap minat menabung masyarakat ?</p> <p>2. Seberapa besar pengaruh Promosi, Keunggulan Produk dan Penerapan Nilai Syariah Terhadap Minat Menabung Masyarakat?</p>	<p>Produk (X2)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Penerapan Nilai Syariah (X3) <p>2. Variabel dependen (Y) dalam penelitian ini yaitu:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Minat Menabung (Y) 	<p>(X2), berikut Indikator keunggulan Produk:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kualitas Produk • Keunikan Produk • Fungsi Produk <p>3. Indikator Penerapan Nilai Syariah (X3)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Al-Hurriyah (Kebebasan) • Al-Adalah (Keadilan) • Ash-Shidiq (Kejujuran) <p>4. Minat Menabung (Y)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tertarik untuk mencari informasi mengenai produk. • Ingin mengetahui produk. • Ingin memiliki produk 	<p>usia maksimal 40 tahun</p> <ul style="list-style-type: none"> • Belum pernah menggunakan produk BSI <p>2. Angket</p> <p>3. Kepustakaan</p> <p>4. Informan</p>	<p>data:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kuisinet • Observasi • Wawancara
--	--	--	--	---	---

2. Surat Pernyataan Keaslian Penulisan

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nur Azizah
NIM : E20191080
PRODI : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq
Jember

Dengan ini menyatakan yang sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul “Analisis Pengaruh Promosi, Keunggulan Produk, Penerapan Nilai Syariah Terhadap Minat Menabung Masyarakat di BSI KCP Lumajang S. Parman” adalah benar-benar hasil penelitian saya sendiri dan bukan hasil dari plagiasi, kecuali kutipan yang sudah disebutkan sumbernya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dan semoga dapat digunakan sebagaimana seharusnya.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

Jember, 28 Februari 2023



Nur Azizah
NIM: E20191080

3. Formulir Pengumpulan Data (Kuisisioner)

KUISISIONER

ANALISIS PENGARUH PROMOSI, KEUNGGULAN PRODUK, DAN PENERAPAN NILAI SYARIAH TERHADAP MINAT MENABUNG MASYARAKAT DI BSI KCP LUMAJANG S. PARMAN

Pengantar:

Kuisisioner ini disusun dalam rangka penyusunan Tugas Akhir (Skripsi) yang merupakan syarat kelulusan Program S1 Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember. Kuisisioner ini digunakan untuk penyusunan Tugas Akhir (Skripsi) yang berjudul "Analisis Pengaruh Promosi, Keunggulan Produk, dan Penerapan Nilai Syariah Terhadap Minat Menabung Masyarakat di BSI KCP Lumajang S. Parman".

Di bawah ini ada beberapa kelompok pertanyaan yang berkaitan dengan penyusunan Tugas Akhir (Skripsi), untuk itu peneliti membutuhkan bantuan Bapak/Ibu/Saudara/I khususnya masyarakat Lumajang yang sangat berharga dan diharapkan dapat memberikan penilaian terhadap pertanyaan tersebut sesuai dengan pendapat Bapak/Ibu/Saudara/I.

Atas perhatian dan kesediannya Bapak/Ibu/Saudara/I untuk melakukan pengisian kuisisioner ini, saya sampaikan banyak terima kasih.

Hormat Saya,



Nur Azizah

BAGIAN I

IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama :
2. Jenis Kelamin : Pria Wanita
3. Usia: 18-20 Tahun 20-29 Tahun
 30- 39 Tahun > 40 Tahun
4. Alamat :
5. Pekerjaan : Pelajar/Mahasiwa Karyawan Swasta
 PNS/Guru/POLRI Tidak Bekerja/Pensiun
 Lainnya
6. Pendidikan Terakhir: SD SMP
 SMA S1
 S2 Lainnya
7. Gaji : < Rp. 1 Juta Rp. 1 Juta – Rp. 3 Juta
 Rp. 3 Juta- Rp.5 Juta > Rp. 5 Juta
 Lainnya
8. Apakah Anda memiliki rekening tabungan Bank Syariah?
 Iya Tidak

Keterangan: *) beri tanda ini (●) pada jawaban yang dipilih.

BAGIAN II KUISIONER

1. Petunjuk Pengisian Kuisisioner

- a. Berilah tanda (●) pada jawaban yang sesuai menurut pendapat Bapak/Ibu/Saudara/I.
- b. Setiap pertanyaan hanya membutuhkan satu jawaban saja.
- c. Isi jawaban sesuai dengan pendapat Bapak/Ibu/Saudara/I pada salah satu jawaban yang paling tepat dengan kriteria jawaban sebagai berikut:

SS : Sangat Setuju
 S : Setuju
 KS : Kurang Setuju
 TS : Tidak Setuju
 STS : Sangat Tidak Setuju

2. Kuisisioner

a. Promosi (X1)

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
Periklanan (Advertesing)						
1.	Saya mengetahui BSI KCP Lumajang S. Parman dari periklanan yang dilakukan secara menarik dan kreatif di media sosial, brosur, spanduk, dan lain-lain.					
Penjualan Pribadi (<i>Personel Salling</i>)						
2.	Saya mengetahui BSI KCP Lumajang S. Parman melalui informasi dari teman yang sudah mempunyai tabungan BSI.					
Pemasaran Langsung						
3.	BSI KCP Lumajang S. Parman secara langsung menawarkan produk bank BSI kepada saya.					

b. Keunggulan Produk (X2)

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
Kualitas Produk						
4.	Produk yang ditawarkan BSI KCP Lumajang S. Parman berdampak baik dan tidak merugikan bagi masyarakat.					
Keunikan Produk						
5.	Produk Bank Syariah menggunakan prinsip syariah berlandaskan Al-qur'an dan Hadist.					
Fungsi Produk						
6.	Produk tabungan yang ditawarkan BSI KCP Lumajang S. Parman sesuai dengan kebutuhan masyarakat.					

c. Penerapan Nilai Syariah (X3)

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
Al-Hurriyah (Kebebasan)						
7.	Pelayanan yang dilakukan BSI KCP Lumajang S. Parman didasarkan pada prinsip kebebasan tidak ada paksaan.					
Al-Adalah (Keadilan)						
8.	BSI KCP Lumajang S. Parman melakukan pelayanan dengan adil dan melakukan sama terhadap tiap nasabahnya.					
As-Siddiq (Kejujuran)						
9.	Karyawan BSI KCP Lumajang S. Parman melakukan pelayanan yang jujur, kejujuran BSI menumbuhkan kepercayaan masyarakat untuk menggunakan produknya.					

d. Minat Menabung (Y)

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
10.	Kejelasan dan kemudahan dalam mencari informasi mengenai produk dan jasa BSI KCP Lumajang S. Parma, sehingga saya TERTARIK untuk menabung di BSI KCP Lumajang S. Parman.					
11.	Saya tertarik untuk mencari informasi mengenai produk tabungan Bank Syariah (BSI KCP Lumajang S. Parman).					
12.	Saya ingin memiliki tabungan di BSI KCP Lumajang S. Parman karena prinsip yang digunakan berdasarkan prinsip-prinsip syariah.					



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

4. Surat Izin Penelitian



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos 68136 Telp. (0331) 487550
Fax (0331) 427005 e-mail: febi@uinkhas.ac.id Website: <https://febi.uinkhas.ac.id/>

Nomor : B-159/Un.22/7.a/PP.00.9/12/2022 16 Desember 2022
Lampiran : -
Hal : Permohonan Ijin Penelitian

Kepada Yth.
Kepala BSI KCP Lumajang S. Parman
Jl. Jend. S. Parman No.01, Tompokersan, Kec. Lumajang, Kabupaten Lumajang,
Jawa Timur 67361

Disampaikan dengan hormat bahwa, dalam rangka menyelesaikan tugas Skripsi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, maka bersama ini mohon diijinkan mahasiswa berikut :

Nama : Nur Azizah
NIM : E20191080
Semester : VII (Tujuh)
Jurusan : Ekonomi Islam
Prodi : Perbankan Syariah

untuk mengadakan Penelitian/Riset mengenai Analisis Pengaruh Promosi, Keunggulan Produk, dan Penerapan Nilai Syariah Terhadap Minat Menabung Masyarakat di BSI KCP Lumajang S.Parman di lingkungan lembaga wewenang Bapak/Ibu.

Demikian atas perkenan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

a.n. Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik.



Nurul Widyawati Islami Rahayu

5. Surat Persetujuan Penelitian

BSI BANK SYARIAH
INDONESIA
PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk.
KCP Lumajang S Parman
Jl S Parman No 16
Lumajang 67311
Telp : (0334) 888238
www.bankbsi.co.id

25 Januari 2023

No : 03/29-3/0303
Lampiran : 1 (satu) lembar

Kepada
Dekan Bidang Akademik
Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq
Jember

Perihal : Persetujuan Ijin Penelitian Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Kiai Achmad Siddiq Jember an. Nur Azizah

Ref : Surat permohonan ijin penelitian No B-1559/Un.22/7.a/PP.00.9/12/2022

Assalamualaikum Wr. Wb
Semoga seluruh staff dalam keadaan sehat walafiat dan dalam lindungan Allah SWT.

Menunjuk perihal dan referensi surat tersebut di atas, dengan ini kami sampaikan persetujuan ijin penelitian mahasiswi UIN Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Kiai Achmad Siddiq Jember dalam rangka penyelesaian tugas skripsi dengan rincian sebagai berikut

Nama Mahasiswi : Nur Azizah
NIM : E20191080
Semester / Jurusan : VII / Ekonomi Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Penelitian : Analisis pengaruh promosi, keunggulan produk, dan penerapan nilai syariah terhadap minat menabung masyarakat di BSI KCP Lumajang S Parman

Demikian kami sampaikan, atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

WassalamualaikumWr. Wb.

PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk.
KCP Lumajang S Parman


BSI BANK SYARIAH
INDONESIA
KCP Lumajang S Parman

Wisnu Hendrawan
Branch Manager

6. Surat Keterangan Selesai Penelitian

SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan di bawah ini Branch Operasional Manager Bank Syariah Indonesia KCP Lumajang S Parman dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Nur Azizah
NIM : E20191080
Semester : VIII (Delapan)
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Prodi : Perbankan Syariah
Judul : Analisis Pengaruh Promosi, Keunggulan Produk, dan Penerapan Nilai Syariah Terhadap Minat Menabung Masyarakat di BSI KCP Lumajang S Parman

Yang bersangkutan telah melaksanakan penelitian untuk memenuhi tugas skripsi di BSI KCP Lumajang S Parman, terhitung tanggal 25 Januari-25 Februari 2023. Dengan pengambilan data dari penyebaran kuisioner.

Demikian surat ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 06 Maret 2023

Branch Operasional Manager

Nicky Bayu



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

7. Jurnal Kegiatan Penelitian

Jurnal Penelitian

No.	Tanggal	Uraian Kegiatan
1.	01 September 2022	Vakidasi Judul Penelitian
2.	02 September 2022	Penyusunan Proposal
3.	01 November 2022	Pendaftaran Ujian Seminar Proposal
4.	08 Desember 2022	Ujian Seminar Proposal
5.	09 Desember 2022	Penyerahan Surat Izin Penelitian
6.	25 Januari 2023	Penyebaran Kuisisioner
7.	02 Februari 2023	Analisis Data
8.	10 Februari 2023	Penyusunan Skripsi

Peneliti



Nur Azizah

NIM: E20191080

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

8. Dokumentasi Penelitian

a. Google Formulir Kuisione

05.43 [signal icons] [battery 99%]

KUISIONER PENELITIAN SK...

KUISIONER PENELITIAN SKRIPSI
ANALISIS PENGARUH PROMOSI, KEUNGGULAN PRODUK, DAN PENERAPAN NILAI SYARIAH TERHADAP MINAT MENABUNG MASYARAKAT DI BSI KCP LUMAJANG S. PARMAN
Nur Azizah (E20191080)

KUISIONER PENELITIAN SKRIPSI

Assalamualaikum Wr. Wb.

Perkenalkan saya Nur Azizah mahasiswi S1 Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

Saya sedang melakukan penelitian yang berjudul **"Analisis Pengaruh Promosi, Keunggulan Produk, dan Penerapan Nilai Syariah Terhadap Minat Menabung Masyarakat di BSI KCP Lumajang S. Parman."**

Tujuan dari penelitian ini untuk dapat mengetahui minat masyarakat Lumajang menabung di BSI.

Adapun kriteria responden yang dibutuhkan yakni :

1. Responden merupakan masyarakat Lumajang
2. Berusia minimal 18 tahun dan maksimal berusia 40 tahun.
3. Belum pernah menggunakan produk bank syariah

Apabila bapak/ibu/saudara termasuk dalam kriteria diatas, mohon bantuannya untuk dapat mengisi kuisisioner penelitian skripsi saya.
Saya ucapkan terima kasih atas perhatian & bantuan bapak/ibu/saudara.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

[Login ke Google](#) untuk menyimpan progres. [Pelajari lebih lanjut](#)

* Wajib

IDENTITAS RESPONDEN

< > ≡ 12 🏠

□ ○ ◀

05.43



KUISIONER PENELITIAN SKRIPSI

IDENTITAS RESPONDEN

Nama *

Jawaban Anda

Jenis Kelamin *

- Laki-Laki
- Perempuan

Usia *

- 18-20 Tahun
- 20-29 Tahun
- 30-39 Tahun
- 40 Tahun

Alamat *

Jawaban Anda

Pekerjaan *

- Pelajar/Mahasiswa
- Karyawan Swasta
- PNS/Guru/POLRI
- Tidak Bekerja/Pensiun
- Lainnya

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAL HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R



05.44



KUISIONER PENELITIAN SKRIPSI

Pendidikan Terakhir *

- SD
- SMP
- SMA
- D3
- S1
- S2
- Lainnya

Gaji *

- < Rp.1.000.000
- Rp.1.000.000-Rp.3.000.000
- Rp.3.000.000-Rp.5.000.000
- > Rp.5.000.000
- Lainnya

Apakah anda pernah memiliki rekening Bank Syariah? *

- Ya
- Tidak

Berikutnya

Kosongkan form

Jangan pernah mengirimkan sandi melalui Google Formulir.

Konten ini tidak dibuat atau didukung oleh Google. [Laporkan Penyalahgunaan](#) - [Persyaratan Layanan](#) - [Kebijakan Privasi](#)

Google Formulir

05.44

99



KUISSIONER PENELITIAN SK...



KUISSIONER PENELITIAN SKRIPSI

ANALISIS PENGARUH PROMOSI, KEUNGGULAN PRODUK, DAN PENERAPAN NILAI SYARIAH TERHADAP MINAT MENABUNG MASYARAKAT DI BSI KCP LUMAJANG S. PARMAN

Nur Azizah (E20191080)

KUISSIONER PENELITIAN SKRIPSI

[Login ke Google](#) untuk menyimpan progres. [Pelajari lebih lanjut](#)

* Wajib

KUISSIONER PENELITIAN SKRIPSI

PETUNJUK PENGISIAN KUISSIONER

1. Berilah tanda (•) pada jawaban yang sesuai menurut pendapat Bapak/Ibu/Saudara/I.
2. Setiap pertanyaan hanya membutuhkan satu jawaban saja.
3. Isi jawaban sesuai dengan pendapat Bapak/Ibu/Saudara/I pada salah satu jawaban yang paling tepat dengan kriteria jawaban sebagai berikut:

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

KS : Kurang Setuju

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI H. ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Saya mengetahui BSI KCP Lumajang S. Parman dari periklanan yang



KUISIONER PENELITIAN SKRIPSI

Saya mengetahui BSI KCP Lumajang S. Parman dari periklanan yang dilakukan secara menarik dan kreatif di media sosial, brosur, spanduk, dan lain-lain. *

- SS
- S
- KS
- TS
- STS



Saya mengetahui BSI KCP Lumajang S. Parman melalui informasi dari teman/saudara yang sudah mempunyai tabungan BSI. *

- SS
- S
- KS
- TS
- STS



BSI KCP Lumajang S. Parman secara langsung menawarkan produk bank BSI kepada saya. *

- SS
- S
- KS
- TS
- STS

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

Produk yang ditawarkan BSI KCP Lumajang S. Parman berdampak baik dan tidak merugikan bagi masyarakat. *

- SS
- S
- KS
- TS
- STS



KUISIONER PENELITIAN SKRIPSI

Karyawan BSI KCP Lumajang S. Parman melakukan pelayanan yang jujur, kejujuran BSI menumbuhkan kepercayaan masyarakat untuk menggunakan produknya. *

- SS
- S
- KS
- TS
- STS



Kejelasan dan kemudahan dalam mencari informasi mengenai produk dan jasa BSI KCP Lumajang S. Parman, sehingga saya tertarik untuk menabung di BSI KCP Lumajang S. Parman. *

- SS
- S
- KS
- TS
- STS

Saya tertarik untuk mencari informasi mengenai produk tabungan Bank Syariah (BSI KCP Lumajang S. Parman). *

- SS
- S
- KS
- TS
- STS

Saya ingin memiliki tabungan di BSI KCP Lumajang S. Parman karena prinsip yang digunakan berdasarkan prinsip-prinsip syariah. *

- SS
- S
- KS
- TS
- STS

Kembali

Kirim

Kosongkan formulir

KUISIONER PENELITIAN SKRIPSI

Produk Bank Syariah menggunakan prinsip syariah berlandaskan Al-qur'an dan Hadist. *

- SS
 S
 KS
 TS
 STS

Produk tabungan yang ditawarkan BSI KCP Lumajang S. Parman sesuai dengan kebutuhan masyarakat. *

- SS
 S
 KS
 TS
 STS

Pelayanan yang dilakukan BSI KCP Lumajang S. Parman didasarkan pada prinsip kebebasan tidak ada paksaan. *

- SS
 S
 KS
 TS
 STS

BSI KCP Lumajang S. Parman melakukan pelayanan dengan adil dan melakukan sama terhadap tiap nasabahnya. *

- SS
 S
 KS
 TS
 STS

b. Dokumentasi Penelitian



Penyebaran Kuisisioner Penelitian



Penyebaran Kuisisioner Penelitian

(Masyarakat Lumajang)



Penyebaran Kuisisioner Penelitian
(Masyarakat Lumajang)



Penyebaran Kuisisioner Penelitian
(Masyarakat Lumajang)

9. Lampiran Data Primer

a. Hasil Tabulasi Data Kuisisioner

Promosi (X1)				Keunggulan Produk (X2)				Penerapan Nilai Syaria (X3)				Minat Menabung (Y)			
X1.1	X1.2	X1.3	Total	X2.1	X.2.2	X2.3	Total	X3.1	X3.2	X3.3	Total	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Total
4	3	3	10	4	4	4	12	4	4	4	12	3	4	4	11
4	4	3	11	4	4	4	12	5	4	4	13	4	4	5	13
4	4	3	11	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12
4	5	1	10	4	4	3	11	4	4	4	12	3	4	4	11
5	5	5	15	3	4	4	11	4	4	4	12	4	3	4	11
4	3	4	11	4	5	4	13	4	2	3	9	2	3	3	8
5	4	4	13	5	5	4	14	4	5	5	14	4	4	4	12
5	4	4	13	4	5	4	13	5	4	5	14	4	4	4	12
4	3	3	10	4	4	4	12	4	4	4	12	3	3	3	9
4	5	2	11	3	3	3	9	4	4	5	13	4	4	5	13
4	4	4	12	4	4	4	12	5	5	5	15	4	4	4	12
4	4	4	12	4	4	4	12	5	4	4	13	4	4	4	12
4	4	5	13	4	4	4	12	4	4	4	12	5	5	4	14
5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15
5	4	3	12	4	4	3	11	4	4	4	12	5	5	4	14
2	2	1	5	1	2	2	5	2	2	1	5	1	1	1	3
5	3	2	10	5	5	5	15	5	5	5	15	4	4	4	12
4	4	2	10	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12
4	5	4	13	4	4	5	13	5	5	5	15	5	5	5	15
4	5	4	13	4	4	4	12	4	5	5	14	4	5	5	14
3	5	2	10	4	3	4	11	4	4	4	12	3	4	3	10
4	4	2	10	3	4	4	11	4	4	4	12	3	4	4	11

3	4	2	9	4	4	4	12	5	4	4	13	4	5	4	13
4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	3	3	4	10
4	4	3	11	4	4	4	12	4	4	5	13	5	4	4	13
4	4	4	12	4	4	5	13	4	4	4	12	4	4	4	12
3	3	2	8	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12
4	4	4	12	4	5	4	13	4	4	4	12	4	4	4	12
3	4	2	9	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12
4	4	2	10	4	5	4	13	4	4	4	12	4	4	2	10
2	4	1	7	2	4	4	10	4	4	4	12	2	2	2	6
4	5	4	13	4	2	4	10	4	4	4	12	4	4	4	12
5	5	5	15	5	5	4	14	4	5	5	14	5	4	3	12
4	4	1	9	4	3	4	11	4	4	4	12	3	4	4	11
2	4	2	8	2	2	3	7	2	2	2	6	2	4	3	9
3	4	2	9	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12
4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12
2	4	2	8	4	4	4	12	4	4	4	12	3	3	3	9
4	4	4	12	4	5	4	13	4	4	4	12	4	4	5	13
3	4	3	10	4	4	4	12	3	4	1	8	1	1	1	3
5	5	3	13	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15
2	4	1	7	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12
5	2	1	8	4	5	5	14	4	4	4	12	3	3	3	9
4	4	4	12	4	3	4	11	4	4	4	12	4	4	4	12
5	5	4	14	4	5	4	13	4	4	4	12	3	4	5	12
4	3	4	11	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12
4	4	3	11	3	4	4	11	4	4	4	12	4	4	4	12
5	4	3	12	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15
2	4	3	9	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12

4	4	5	13	4	5	4	13	4	4	5	13	4	4	4	12
5	4	4	13	4	5	4	13	4	4	4	12	5	5	4	14
4	4	3	11	4	4	5	13	4	4	4	12	4	4	4	12
4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12
1	4	1	6	3	4	3	10	4	4	3	11	2	2	4	8
3	3	1	7	5	5	4	14	4	4	5	13	4	3	3	10
4	4	4	12	4	5	4	13	4	4	4	12	4	4	4	12
3	4	2	9	4	4	4	12	5	4	4	13	3	3	4	10
4	5	3	12	4	4	4	12	4	5	5	14	4	5	4	13
3	3	4	10	4	5	4	13	4	4	4	12	4	4	5	13
3	1	2	6	4	3	4	11	4	4	3	11	3	2	4	9
4	3	3	10	4	5	4	13	4	4	4	12	3	3	3	9
2	2	2	6	2	4	4	10	4	4	4	12	2	2	2	6
5	5	4	14	5	5	5	15	5	5	5	15	5	4	4	13
5	5	4	14	5	5	4	14	5	5	5	15	5	4	5	14
4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	3	4	11
3	5	3	11	4	4	4	12	4	4	3	11	1	3	3	7
3	4	1	8	2	4	4	10	3	4	4	11	1	4	4	9
4	3	2	9	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12
1	2	1	4	4	5	4	13	4	2	4	10	5	5	5	15
2	3	1	6	4	5	2	11	4	4	4	12	4	5	4	13
3	4	3	10	4	5	4	13	4	5	4	13	3	3	3	9
3	4	2	9	3	4	3	10	4	4	3	11	4	4	4	12
2	2	1	5	5	5	4	14	3	4	3	10	4	4	4	12
4	4	1	9	4	4	3	11	4	3	3	10	2	4	4	10
3	5	5	13	4	3	3	10	4	4	4	12	4	3	3	10
5	4	4	13	5	4	5	14	2	3	2	7	3	3	3	9

2	4	1	7	4	5	5	14	4	5	5	14	5	5	5	15
3	4	3	10	4	5	5	14	2	2	2	6	1	3	2	6
2	2	2	6	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12
4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	2	4	10
5	2	1	8	4	4	2	10	3	3	4	10	2	5	5	12
5	2	3	10	4	5	5	14	5	5	5	15	4	4	4	12
4	5	1	10	4	5	3	12	4	4	3	11	2	4	4	10
3	5	2	10	4	5	3	12	4	3	4	11	1	4	4	9
3	5	3	11	4	5	4	13	4	3	4	11	2	4	4	10
2	4	1	7	4	5	4	13	4	4	4	12	1	4	4	9
4	5	1	10	4	4	4	12	5	5	4	14	1	2	2	5
4	4	5	13	4	5	5	14	4	4	4	12	3	4	4	11
2	2	1	5	4	5	4	13	4	4	4	12	2	4	4	10
4	4	2	10	5	4	5	14	4	3	5	12	5	4	4	13
3	5	3	11	4	5	4	13	4	3	4	11	3	4	4	11
3	5	3	11	3	4	4	11	3	3	3	9	3	4	4	11
4	3	2	9	2	3	3	8	2	4	3	9	1	5	4	10
4	4	4	12	3	2	2	7	3	2	1	6	2	1	1	4
4	4	3	11	4	4	4	12	4	4	4	12	3	3	4	10
5	4	3	12	2	4	4	10	4	3	4	11	2	3	3	8
4	4	4	12	4	3	3	10	4	3	4	11	2	1	2	5
5	5	3	13	4	4	4	12	4	4	3	11	3	4	4	11
4	4	5	13	4	4	3	11	4	3	4	11	2	4	4	10
4	4	4	12	5	5	4	14	4	4	4	12	4	5	5	14

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

- b. Identitas Responden
 1) Jenis Kelamin Responden

JENIS KELAMIN

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	36	36.0	36.0	36.0
	Perempuan	64	64.0	64.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

- 2) Usia Responden

USIA

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	18-20 Tahun	19	19.0	19.0	19.0
	20-29 Tahun	65	65.0	65.0	84.0
	30-39 Tahun	9	9.0	9.0	93.0
	40 Tahun	7	7.0	7.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

- 3) Pekerjaan Responden

PEKERJAAN

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pelajar/Mahasiswa	36	36.0	36.0	82.0
	KaryawanSwasta	26	26.0	26.0	26.0
	PNS/Guru/POLRI	7	7.0	7.0	89.0
	TidakBekerja/Pensiun	11	11.0	11.0	100.0
	Lainnya	20	20.0	20.0	46.0
	Total	100	100.0	100.0	

4) Pendidikan Terakhir Responden

PENDIDIKAN TERAKHIR

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SD	3	3.0	3.0	43.0
	SMP	5	5.0	5.0	100.0
	SMA	52	52.0	52.0	95.0
	D3	5	5.0	5.0	5.0
	S1	28	28.0	28.0	39.0
	S2	1	1.0	1.0	40.0
	Lainnya	6	6.0	6.0	11.0
	Total	100	100.0	100.0	

5) Gaji Responden

GAJI

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< Rp.1.000.000	26	26.0	26.0	26.0
	Rp.1.000.000- Rp.3.000.000	26	26.0	26.0	96.0
	Rp.3.000.000- Rp.5.000.000	4	4.0	4.0	100.0
	> Rp.5.000.000	2	2.0	2.0	28.0
	Lainnya	42	42.0	42.0	70.0
	Total	100	100.0	100.0	

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

c. Hasil Uji SPSS 26

1) Uji Validitas

a) Uji Validitas Promosi (X1)

		Correlations			
		X1.1	X1.2	X1.3	PROMOS I
X1.1	Pearson Correlation	1	.281**	.528**	.781**
	Sig. (2-tailed)		.005	.000	.000
	N	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.281**	1	.357**	.663**
	Sig. (2-tailed)	.005		.000	.000
	N	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.528**	.357**	1	.858**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100
PROMOS I	Pearson Correlation	.781**	.663**	.858**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

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

b) Uji Validitas Keunggulan Produk (X2)

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	KeunggulanProduk
X2.1	Pearson Correlation	1	.514**	.445**	.821**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.514**	1	.429**	.820**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.445**	.429**	1	.762**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100
KeunggulanProduk	Pearson Correlation	.821**	.820**	.762**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

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

c) Uji Validitas Penerapan Nilai Syariah (X3)

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	PENERAPAN
X3.1	Pearson Correlation	1	.614**	.710**	.868**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	.614**	1	.650**	.856**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	.710**	.650**	1	.910**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100
PENERAPAN	Pearson Correlation	.868**	.856**	.910**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

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

d) Uji Validitas Minat Menabung Masyarakat (Y)

		Correlations			
		Y1.1	Y1.2	Y1.3	MINAT
Y1.1	Pearson Correlation	1	.536**	.543**	.838**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
Y1.2	Pearson Correlation	.536**	1	.764**	.873**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100
Y1.3	Pearson Correlation	.543**	.764**	1	.870**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100
MINAT	Pearson Correlation	.838**	.873**	.870**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

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

2) Uji Reliabilitas

a) Uji Reliabilitas Promosi (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.657	3

b) Uji Reliabilitas Keunggulan Produk (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.721	3

c) Uji Reliabilitas Penerapan Nilai Syariah (X3)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.847	3

d) Uji Reliabilitas Minat Menabung Masyarakat (Y)

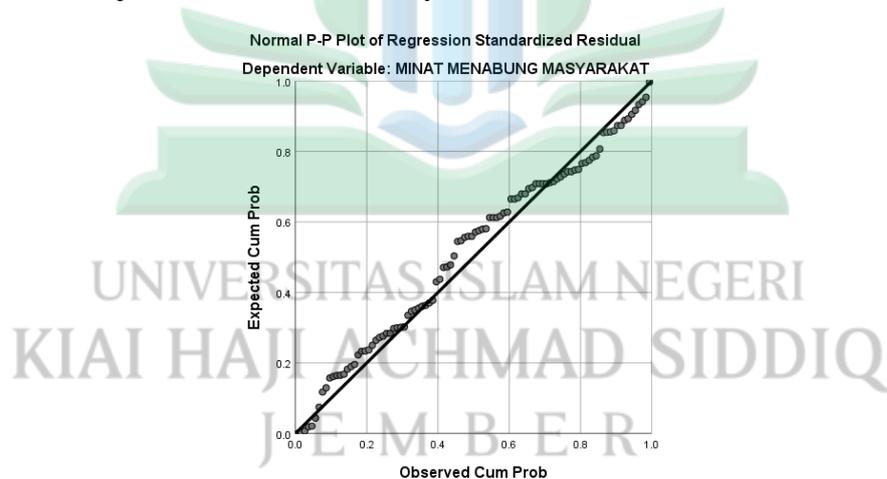
Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.811	3

3) Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics						
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	
Promosi	100	4	15	10.42	2.442	
Keunggulan	100	5	15	12.04	1.723	
Penerapan	100	5	15	11.86	1.933	
Minat	100	3	15	10.94	2.554	
Valid (listwise)	N	100				

4) Uji Normalitas

a) Uji Normalitas Probability Plot



b) Uji Normalitas *Kolmogorov-Semirnov*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.2478106
	Std. Deviation	1.48324588
	Most Extreme Differences	
	Absolute	.089
	Positive	.071
	Negative	-.089
Test Statistic		.089
Asymp. Sig. (2-tailed)		.091 ^c

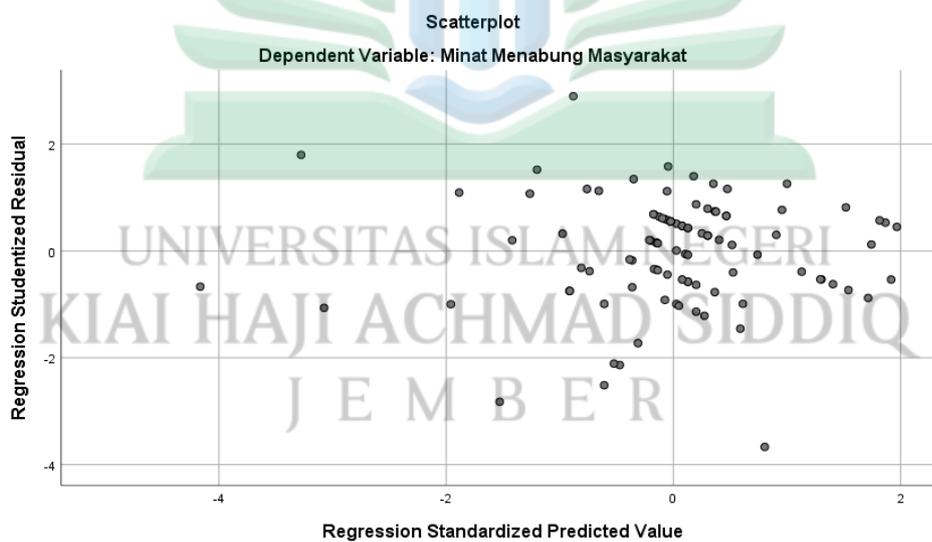
a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

5) Uji Heteroskedastisitas

a) Uji Heteroskedastisitas Scatterplots



b) Uji Heteroskedastisitas Glejser

b. Uji Heteroskedastisitas Glejser

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.228	.086		2.657	.009
Promosi	-.008	.004	-.255	-2.318	.230
Keunggulan Produk	.007	.007	.125	1.033	.305
Penerapan Nilai Syariah	-.009	.007	-.162	-1.288	.201

a. Dependent Variable: ABS_RES

f. Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta				
1 (Constant)	-.777	1.572		-.494	.622		
PROMOSI	.082	.088	.078	.936	.352	.888	1.126
KEUNGGULAN PRODUK	.282	.142	.190	1.982	.050	.677	1.477
PENERAPAN NILAI SYARIAH	.630	.128	.477	4.905	.000	.658	1.520

a. Dependent Variable: MINAT MENABUNG MASYARAKAT

g. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.777	1.572		-.494	.622
Promosi	.082	.088	.078	.936	.352
KeunggulanProduk	.282	.142	.190	1.982	.005
PenerapanNilaiSyariah	.630	.128	.477	4.905	.000

a. Dependent Variable: MinatMenabungMasyarakat

h. Hasil Uji t

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.777	1.572		-.494	.622
Promosi	.082	.088	.078	.936	.352
KeunggulanProduk	.282	.142	.190	1.982	.005
PenerapanNilaiSyariah	.630	.128	.477	4.905	.000

a. Dependent Variable: MinatMenabungMasyarakat

i. Hasil Uji F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	260.008	3	86.669	21.576	.000 ^b
	Residual	385.632	96	4.017		
	Total	645.640	99			

a. Dependent Variable: MinatMenabungMasyarakat

b. Predictors: (Constant), PenerapanNilaiSyariah, Promosi, KeunggulanProduk

i. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.635 ^a	.403	.384	2.004

a. Predictors: (Constant), PenerapanNilaiSyariah, Promosi, KeunggulanProduk

b. Dependent variable: Minat Menabung Masyarakat

10. Surat Keterangan Screening Turnitin



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550
Fax (0331) 427005 e-mail: febi@uinkhas.ac.id Website: <http://uinkhas.ac.id>



SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI

Nomor : B-14.PS/Un.22/7.d/PP.00.9/03/2023

Bagian Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menerangkan bahwa :

Nama : Nur Azizah
NIM : E20191080
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul : Analisis Pengaruh Promosi, Keunggulan Produk, Dan Penerapan Nilai Syariah Terhadap Minat Menabung Masyarakat di BSI KCP Lumajang S. Parman

Adalah benar-benar telah lulus pengecekan plagiasi dengan menggunakan aplikasi Turnitin, dengan tingkat kesamaan dari Naskah Publikasi Tugas Akhir pada aplikasi Turnitin kurang atau sama dengan 30%.

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 08 Maret 2023
An. Dekan
Kepala Bagian Akademik
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Syahrul Mulyadi

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER



11. Surat Keterangan Selesai Bimbingan



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550
Fax (0331) 427005 e-mail: febi@uinkhas.ac.id Website: <http://febi.uinkhas.ac.id>

SURAT KETERANGAN

Kami yang bertandatangan di bawah ini, menerangkan bahwa :

Nama : Nur Azizah
NIM : E20191080
Semester : VIII (Delapan)

Berdasarkan keterangan dari Dosen Pembimbing telah dinyatakan selesai bimbingan skripsi. Oleh karena itu mahasiswa tersebut diperkenankan mendaftarkan diri untuk mengikuti Ujian Skripsi.

Jember, 03 Maret 2023
Koordinator Prodi Perbankan Syariah,



Nurul Setianingrum

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BIODATA PENULIS



Nama : Nur Azizah
NIM : E20191080
Tempat, Tanggal Lahir : Lumajang, 23 Maret 2000
Alamat : Dsn. Krajan RT 14 RW 05 Desa Tukum
Kecamatan Tekung Kabupaten Lumajang
Jurusan : Ekonomi Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

RIWAYAT PENDIDIKAN

1. RA Muslimat Nu Tukum
2. MI Al Ittihad Tukum
3. MTS Nurul Ittihad Tukum
4. SMAN 3 Lumajang
5. UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

RIWAYAT ORGANISASI

1. HMPS Perbankan Syariah UIN KHAS Jember
2. HIPMI PT UIN KHAS Jember