

**PENGARUH PROGRAM HADIAH DAN MOTIVASI  
TERHADAP MINAT NASABAH DALAM MENGGUNAKAN  
PRODUK TABUNGAN SUKA-SUKA EXTRA DI BANK MEGA  
SYARIAH KCP JEMBER**

**SKRIPSI**



**Oleh:**

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

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
JUNI 2024**

**PENGARUH PROGRAM HADIAH DAN MOTIVASI  
TERHADAP MINAT NASABAH DALAM MENGGUNAKAN  
PRODUK TABUNGAN SUKA-SUKA EXTRA DI BANK MEGA  
SYARIAH KCP JEMBER**

**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:  
**NILAM ZULFI JAZILAH**  
**NIM. 204105010116**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
JUNI 2024**

**PENGARUH PROGRAM HADIAH DAN MOTIVASI TERHADAP MINAT  
NASABAH DALAM MENGGUNAKAN PRODUK TABUNGAN SUKA-  
SUKA EXTRA DI BANK MEGA SYARIAH KCP JEMBER**

**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:

**NILAM ZULFI JAZILAH**  
**NIM. 204105010116**

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ

J E M B E R

Disetujui Pembimbing



**Dr. Ahmadiono, S.Ag., M.E.I**  
**NIP. 197604012003121005**

**PENGARUH PROGRAM HADIAH DAN MOTIVASI TERHADAP MINAT  
NASABAH DALAM MENGGUNAKAN PRODUK TABUNGAN SUKA-  
SUKA EXTRA DI BANK MEGA SYARIAH KCP JEMBER**

**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 : Senin  
Tanggal : 03 Juni 2024

Tim Penguji

Ketua

  
**Dr. H. Fauzan, S.Pd, M.Si**  
NIP. 197403122003121008

Sekretaris

  
**Devi Hardianti Rukmana, S.E., M.M**  
NIP. 199202062020122009

Anggota :

1. Dr. Retna Anggitaningsih, S.E., M.M. CRMP. ()
2. Dr. Ahmadiono, M.E.I ()

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ

Menyetujui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

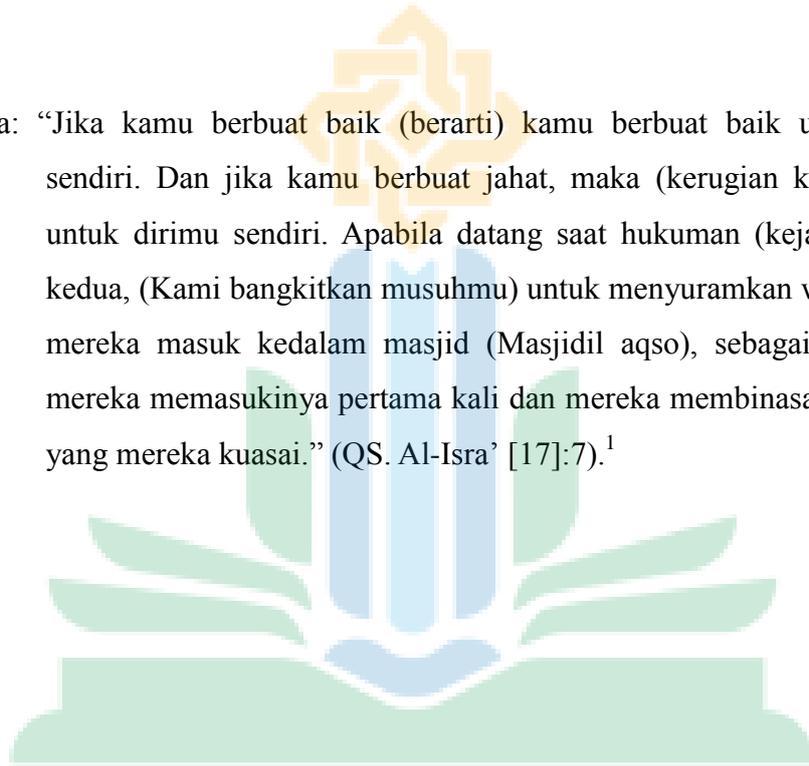
  
  
**Dr. H. Ubaidillah, M.Ag**  
NIP. 1968122619996031001

## MOTTO

إِن أَحْسَنْتُمْ أَحْسَنْتُمْ لِنَفْسِكُمْ وَإِن أَسَأْتُمْ فَلَهَا فَإِذَا جَاءَ وَعْدُ الْآخِرَةِ لِيُسْئِرُوا  
وُجُوهَكُمْ وَلِيَدْخُلُوا الْمَسْجِدَ كَمَا دَخَلُوهُ أَوَّلَ مَرَّةٍ وَلِيُتَبِّرُوا مَا عَلَوْا تَتْبِيرًا



Artinya: “Jika kamu berbuat baik (berarti) kamu berbuat baik untuk dirimu sendiri. Dan jika kamu berbuat jahat, maka (kerugian kejahatan) itu untuk dirimu sendiri. Apabila datang saat hukuman (kejahatan) yang kedua, (Kami bangkitkan musuhmu) untuk menyuramkan wajahmu lalu mereka masuk kedalam masjid (Masjidil aqso), sebagaimana ketika mereka memasukinya pertama kali dan mereka membinasakan apa saja yang mereka kuasai.” (QS. Al-Isra’ [17]:7).<sup>1</sup>



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

---

<sup>1</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemah* (Bandung: CV Penerbit Diponegoro, 2010), 282.

## PERSEMBAHAN

Dengan tulus ikhlas dan rasa penuh syukur yang mendalam kepada Allah SWT yang telah memberikan kemudahan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih atas limpahan karunia-Nya yang tak terhingga. Maka, skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Kedua orang tuaku tercinta, Ibu Holisa terima kasih untuk hari-hari yang telah ibu habiskan untuk menjaga, menyayangi, mendidik dan membimbing, serta selalu mendoakan penulis. Ayah Bambang Hermanto terima kasih atas dukungan, kerja keras, dan pengorbanannya. Gelar sarjana ini penulis persembahkan untuk kalian.
2. Nenek tercinta Asma beserta adik-adik tersayang Duwi Adinda Zahara dan Ahmad Dafi Ulil Absor yang telah memberikan dukungan dan kasih sayang kepada penulis.
3. Teman-teman yang selalu ada di samping penulis, kalian luar biasa. Tanpa kehadiran dan dukungan dari kalian, perjalanan ini tak akan seberwarna ini. Khususnya kepada teman-teman yang menemani proses ini, terima kasih atas semua dukungan, nasihat dan tawa yang telah kita lewati bersama. Skripsi ini adalah bukti bahwa kita bisa sampai di titik ini.
4. Teruntuk Intan Laisabela dan Luluk Saputri terima kasih atas segala dukungan serta inspirasi yang kalian berdua berikan kepada penulis.
5. Teman-teman seperjuangan Perbankan Syariah khususnya (PS4) semoga perjalanan kita selalu dipenuhi dengan keberhasilan dan kebahagiaan.
6. Serta kepada pihak-pihak yang telah banyak membantu menyelesaikan skripsi ini. Penulis mengucapkan terima kasih banyak yang tak terhingga.

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segenap puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT karena atas rahmat dan karunia-Nya, penyelesaian skripsi sebagai salah satu syarat menyelesaikan program sarjana, dapat terselesaikan dengan baik dan lancar. Sholawat dan salam tetap terlimpahkan kepada baginda Nabi Muhammad Saw. yang telah membawa kita kepada zaman kehidupan yang penuh cakrawala dengan berbagai pengetahuan dan modern seperti sekarang ini.

Kesuksesan ini dapat penulis peroleh karena dukungan banyak pihak. Oleh karena itu, penulis menyadari dan menyampaikan terima kasih sedalam-dalamnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Hepni, S. Ag, M.M. CPEM selaku Rektor Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember yang telah memberikan fasilitas memadai selama penulis menuntut ilmu di UIN KHAS Jember.
2. Bapak Dr. H. Ubaidillah, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember yang telah memberikan arahan dan bimbingan dalam program perkuliahan yang kami tempuh.
3. Bapak Dr. M.F. Hidayatullah, S.H.I., M.E.I selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam.
4. Ibu Ana Pratiwi, M.S.A selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah yang telah memberikan arahan dan bimbingan dalam proses penulisan skripsi ini.
5. Ibu Dr. Retna Anggitaningsih selaku Dosen Penasihat Akademik.
6. Bapak Dr. Ahmadiono, S.Ag., M.E.I selaku Dosen Pembimbing skripsi yang selalu memberikan arahan dan bimbingan serta bersedia meluangkan waktunya demi kelancaran proses penulisan skripsi ini.
7. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember yang telah memberi Ilmu Pengetahuan dan Pendidikan sehingga dapat menyelesaikan Skripsi.

8. Seluruh pegawai Bank Mega Syariah KCP Jember terima kasih atas segala bantuan sumber informasi.
9. Semua pihak yang terlibat dan berjasa dalam penulisan skripsi ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Penulis dengan sepenuhnya menyadari adanya beberapa kekurangan dalam skripsi ini dan dengan tulus berharap agar para pembaca bersedia memberikan kritik dan saran yang membangun.

Penulis sungguh berharap bahwa skripsi ini dapat memberikan manfaat yang signifikan dan menjadi sumber pengetahuan, terutama bagi penulis sendiri. Selain itu, diharapkan pula dapat memberikan kontribusi positif kepada masyarakat sebagai pembaca, serta pihak-pihak lain yang mungkin memiliki minat terhadap topik yang sama yang dibahas dalam skripsi ini.

Jember, 27 Maret 2024  
Penulis

**Nilam Zulfi Jazilah**  
**NIM. 204105010116**

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

## ABSTRAK

**Nilam Zulfi Jazilah, Ahmadiono, 2024:** *Pengaruh Program Hadiah dan Motivasi terhadap Minat Nasabah dalam Menggunakan Produk Tabungan Suka-Suka Extra di Bank Mega Syariah KCP Jember.*

**Kata Kunci:** Program Hadiah, Motivasi, Minat Menabung, Tabungan Suka-Suka Extra

Program hadiah telah menjadi strategi pemasaran yang populer di sektor perbankan sebagai upaya untuk meningkatkan daya tarik produk dan memperluas basis pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi pengaruh program hadiah dalam sektor perbankan dengan fokus pada aspek-aspek seperti pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan, peningkatan penggunaan produk perbankan, serta dampaknya terhadap citra merek dan persepsi nilai produk.

Rumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu: 1) Apakah program hadiah berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk Tabungan Suka-Suka Extra di Bank Mega Syariah KCP Jember?, 2) Apakah motivasi mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan produk Tabungan Suka-Suka Extra di Bank Mega Syariah KCP Jember?.

Tujuan dalam penelitian ini, yaitu: 1) Untuk mengetahui pengaruh program hadiah terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk Tabungan Suka-Suka Extra di Bank Mega Syariah KCP Jember, 2) Untuk mengetahui pengaruh motivasi terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk Tabungan Suka-Suka Extra di Bank Mega Syariah KCP Jember.

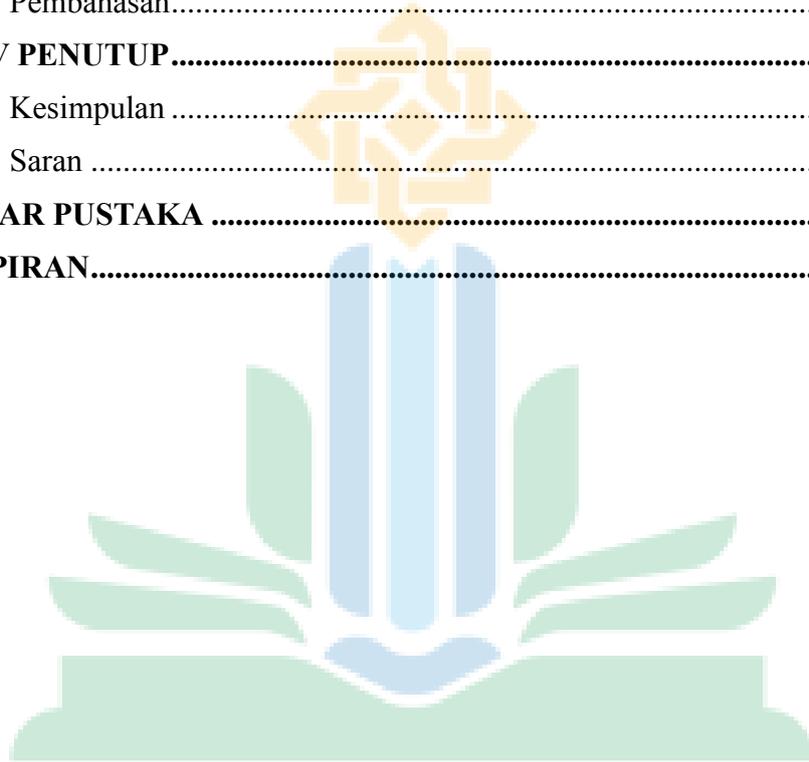
Metode penelitian ini mengadopsi pendekatan kuantitatif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, dengan jumlah responden sebanyak 87 orang. Analisis data dalam penelitian ini mencakup uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linear berganda, serta uji hipotesis yang melibatkan uji parsial (t) dan uji simultan (F).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial, baik variabel program hadiah maupun motivasi berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk tabungan Suka-Suka Extra di Bank Mega Syariah KCP Jember. Secara simultan, kedua variabel tersebut juga berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah.

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>iv</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian .....	8
D. Manfaat Penelitian .....	9
E. Ruang Lingkup Penelitian.....	10
1. Variabel Penelitian .....	10
2. Indikator Variabel.....	11
F. Definisi Operasional .....	12
G. Asumsi Penelitian .....	15
H. Hipotesis .....	16
I. Sistematika Pembahasan.....	17
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b> .....	<b>19</b>
A. Penelitian Terdahulu.....	19
B. Kajian Teori.....	34
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>55</b>
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	55
B. Populasi dan Sampel .....	55
C. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data .....	58

D. Analisis Data.....	59
<b>BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS .....</b>	<b>66</b>
A. Gambaran Obyek Penelitian .....	66
B. Penyajian Data .....	77
C. Analisis dan Pengujian Hipotesis.....	79
D. Pembahasan.....	90
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>94</b>
A. Kesimpulan .....	94
B. Saran .....	94
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>96</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>100</b>



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

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Posisi Dana Bank Swasta di Jawa Timur (2020) .....	4
Tabel 1. 2 Indikator Variabel.....	11
Tabel 2. 1 Mapping Penelitian Terdahulu .....	31
Tabel 3. 1 Jumlah Nasabah Tabungan Suka-Suka Extra.....	56
Tabel 3. 2 Skala Likert .....	59
Tabel 4. 1 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	77
Tabel 4. 2 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Usia .....	77
Tabel 4. 3 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	78
Tabel 4. 4 Hasil Uji Validitas X1 (Program Hadiah) .....	80
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas X2 (Motivasi).....	80
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Y (Minat Nasabah).....	81
Tabel 4. 7 Hasil Uji Reliabilitas .....	82
Tabel 4. 8 Uji Normalitas .....	83
Tabel 4. 9 Uji Multikolinearitas .....	84
Tabel 4. 10 Uji Regresi Linear Berganda.....	86
Tabel 4. 11 Uji Parsial T.....	88
Tabel 4. 12 Uji Simultan F .....	89
Tabel 4. 13 Uji Koefisien Determinasi.....	90

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

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Kerangka Pemikiran.....	16
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi.....	69
Gambar 4. 2 Uji Heteroskedastisitas.....	85



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

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Peran sektor perbankan dalam mendorong perkembangan ekonomi suatu negara memiliki dampak yang sangat signifikan dalam era modern saat ini. Hampir semua sektor yang terkait dengan berbagai transaksi keuangan selalu memerlukan layanan yang diberikan oleh lembaga perbankan. Oleh karena itu, saat ini dan di masa yang akan datang, kita tidak akan bisa menghindari keterlibatan dunia perbankan jika kita ingin melakukan kegiatan keuangan, baik itu sebagai individu maupun entitas, baik dalam konteks sosial maupun korporasi.

Kepentingan dunia perbankan sangat besar, bahkan ada pandangan bahwa bank merupakan "mata rantai" utama yang menggerakkan perekonomian suatu negara. Pandangan ini tentu beralasan, mengingat peran yang sangat penting yang dimainkan oleh lembaga perbankan dalam berbagai aspek keuangan. Bank memiliki fungsi vital, seperti menciptakan mata uang, menyebarkannya, menyediakan sumber daya keuangan untuk mendukung aktivitas bisnis, menawarkan tempat untuk menyimpan dana, menjadi platform untuk investasi, dan memberikan berbagai layanan keuangan lainnya.<sup>2</sup>

Menurut ketentuan yang tercantum dalam Undang-Undang Nomor 10 tahun 1998, bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari

---

<sup>2</sup> Kasmir, *Dasar-Dasar Perbankan* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2002), 2.

masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya ke masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.<sup>3</sup> Di Indonesia, sistem perbankan terdiri dari dua model operasional utama: bank konvensional dan bank syariah. Berdasarkan UU No. 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, bank syariah didefinisikan sebagai lembaga keuangan yang menjalankan aktivitas bisnisnya sesuai dengan prinsip-prinsip hukum Islam yang diatur dalam fatwa Majelis Ulama Indonesia. Prinsip-prinsip tersebut mencakup *'adl wa tawazun* (keadilan dan keseimbangan), *maslahah* (kemanfaatan), *alamiyah* (*universalisme*), serta menghindari praktik-praktik seperti *gharar*, *maysir*, *riba*, *zalim*, dan transaksi yang melibatkan objek haram.<sup>4</sup>

Saat ini kesadaran akan pentingnya literasi keuangan semakin meluas di kalangan masyarakat. Orang-orang lebih memahami risiko dan imbal hasil dari berbagai produk dan investasi. Mereka cenderung mencari informasi, mendalami pengetahuan keuangan mereka, dan mempertimbangkan secara hati-hati sebelum membuat keputusan finansial. Ini mengindikasikan bahwa masyarakat saat ini lebih terdidik secara finansial, yang pada gilirannya mempengaruhi cara mereka memilih lembaga keuangan yang sesuai dengan tujuan keuangan mereka.

Dalam usaha untuk menarik minat nasabah agar menabung di lembaga keuangan, berbagai strategi digunakan. Salah satunya adalah menerapkan promosi penjualan, yang merupakan bagian dari beragam

---

<sup>3</sup> Kasmir, 3.

<sup>4</sup> Otoritas Jasa Keuangan (OJK), "Perbankan Syariah dan Kelembagaannya," diakses 30 Oktober 2023, <https://www.ojk.go.id/>.

taktik promosi yang melibatkan periklanan, interaksi langsung dengan konsumen, publisitas, dan iklan langsung. Promosi penjualan mencakup berbagai alat insentif yang bervariasi dan berlaku dalam jangka waktu singkat, dengan tujuan mendorong konsumen atau pedagang untuk membeli produk atau layanan tertentu dengan lebih cepat atau dalam jumlah yang lebih besar.<sup>5</sup>

Salah satu bentuk promosi penjualan yang sering digunakan oleh lembaga keuangan, termasuk bank, adalah program tabungan berhadiah. Program ini pertama kali diperkenalkan oleh Bank Dagang Bali pada tahun 1971 dan menawarkan berbagai hadiah menarik seperti barang-barang konsumtif, elektronik, sepeda motor, mobil, hingga rumah KPR. Program ini telah menjadi cara utama bagi bank-bank di Indonesia untuk menarik nasabah baru dengan menawarkan hadiah-hadiah yang menggiurkan seperti uang tunai, umroh/naik haji, liburan luar negeri, dan mobil mewah.<sup>6</sup>

Motivasi juga memiliki peran dalam proses pengambilan keputusan. Motivasi adalah dorongan yang timbul dari dalam diri individu atau pengaruh dari lingkungan sekitar yang menggerakkan mereka menuju tujuan yang ingin dicapai. Faktor pendorong ini muncul karena adanya kebutuhan atau keinginan yang dirasakan oleh konsumen. Sebelum mengambil keputusan, konsumen akan mempertimbangkan produk dengan

---

<sup>5</sup> Philip Kotler dan Keller, *Manajemen Pemasaran* (Edisi ke 13, Jilid 1) (Jakarta: Erlangga, 2009), 219.

<sup>6</sup> L. Bher Sadewi, "Pengaruh Program Undian Berhadiah Tabungan Simpedes Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Solo Kartasura" (Kertas Kerja, Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga, 2012), 2.

cermat, dan jika produk tersebut dianggap mampu memenuhi kebutuhan atau keinginan mereka, maka mereka akan memutuskan untuk menabung di bank.

Menurut Kasmir, di Indonesia, bank dapat diklasifikasikan berdasarkan kepemilikan. Artinya, jenis bank dapat dilihat dari siapa yang memiliki dan mengendalikan bank tersebut, yang dapat dilihat melalui akta pendirian dan kepemilikan saham bank tersebut. Salah satunya adalah bank swasta nasional, yang dimiliki secara keseluruhan atau sebagian besar sahamnya oleh pihak swasta dari dalam negeri. Ini dapat dilihat dari akta pendiriannya yang menunjukkan kepemilikan oleh pihak swasta, begitu juga dengan distribusi keuntungannya yang menguntungkan pemilik swasta dari dalam negeri.<sup>7</sup> Salah satu bank swasta yang ada yaitu, Bank Mega Syariah.

**Tabel 1. 1**  
**Posisi Dana Bank Swasta di Jawa Timur (2020)**

Bulan <i>Month</i>	Giro <i>Giro</i>	Tabungan <i>Saving Deposit</i>	Simpanan Berjangka <i>Time Deposit</i>	Jumlah <i>Total</i>
Januari	41 009 017	106 975 968	126 238 207	274 223 192
Februari	43 487 033	108 569 177	124 901 870	276 958 080
Maret	48 298 547	109 333 305	120 456 192	278 088 044
April	43 406 745	108 842 565	124 165 234	276 414 544
Mei	41 854 847	110 775 430	122 008 639	274 638 915
Juni	43 910 945	110 197 946	121 670 951	275 779 842
Juli	42 789 115	110 930 322	122 753 579	276 473 016
Agustus	45 807 298	111 540 293	123 268 920	280 616 511
September	45 257 804	111 950 432	125 795 243	283 003 480
Oktober	45 802 443	112 504 506	128 094 975	286 401 925
November	47 096 365	113 606 277	132 550 444	293 253 086
Desember	46 625 173	115 714 805	138 523 823	300 863 801

Sumber: Data diolah dari BPS Jawa Timur<sup>8</sup>

<sup>7</sup> Kasmir, *Pemasaran Bank* (Jakarta: Kencana, 2004), 17-18.

<sup>8</sup> Badan Pusat Statistik, "Posisi Dana Bank Swasta," diakses 30 Oktober 2023, <https://jatim.bps.go.id/>.

Bank Syariah telah menjadi pilar penting dalam perkembangan ekonomi di Indonesia yaitu, perluasan jangkauan Bank Syariah ke berbagai wilayah, termasuk Jember, salah satunya Bank Mega Syariah yang sudah berdiri sejak tanggal 24 Juli 2004, Bank Mega Syariah telah aktif dalam sektor layanan keuangan, di mana mereka menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk Tabungan dan Deposito, dan juga memberikan layanan dalam penyaluran dana melalui Pembiayaan.

Pada tahun 2021, Bank Mega Syariah meraih penghargaan dari “Indonesia Sharia Finance Awards 2021” dengan penghargaan "The Best 5 of Indonesia Sharia Finance Awards 2021 dan "The Outstanding Sharia Mobile Banking Application Category Sharia Commercial Bank" atas kinerja keuangan yang luar biasa selama tahun 2021. Penghargaan ini mencerminkan komitmen bank dalam memberikan layanan keuangan yang patuh syariah yang sangat baik dan juga menunjukkan pendekatan inovatif mereka dalam hal aplikasi perbankan *mobile* dalam konteks keuangan syariah. Selain itu, pencapaian lain yang membanggakan adalah meraih penghargaan dari “10th Infobank Digital Brand Awards 2021” dalam kategori Peringkat 1 Corporate Brand untuk kategori "Bank Umum Syariah Modal Inti Rp. 1-5 Triliun (BUKU 2) Aset di bawah Rp. 10 Triliun.” Penghargaan ini menunjukkan bahwa Bank Mega Syariah telah berhasil membangun citra merek yang kuat dalam kategori tersebut, terutama mengingat besaran modal inti dan aset yang dimilikinya. Hal ini dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap bank dan

membantu dalam memperkuat posisi mereka dalam industri keuangan syariah.<sup>9</sup>

Bank Mega Syariah juga menyediakan berbagai produk keuangan, termasuk produk Simpanan, Pembiayaan, dan Kartu debit. Beberapa produk unggulannya meliputi "Fasilitas Likuiditas Pembiayaan Perumahan (FLPP)" adalah sebuah program yang diselenggarakan oleh pemerintah melalui Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat (PUPR) untuk membantu pembelian rumah bagi masyarakat berpenghasilan rendah, baik rumah tapak maupun rumah susun baru dan *ready stock*. Skema FLPP yang disalurkan melalui Bank Mega Syariah didasarkan pada prinsip-prinsip syariah, menggunakan akad *Murabahah* dan *Musyarakah Mutanaqisah* (MMQ). "Program *Flexi Home*" adalah sebuah program pengambilalihan pembiayaan KPR atau PPR dari bank sejenis, baik dengan atau tanpa penambahan dana, yang dilakukan di luar fasilitas FLPP. "Tabungan Haji iB" adalah tabungan khusus Bank Mega Syariah yang dirancang untuk membantu nasabah merencanakan perjalanan ibadah haji. Rekening ini beroperasi berdasarkan akad *mudharabah*, dengan penawaran bagi hasil dan persyaratan setoran awal serta saldo minimum yang rendah. "Tabungan Suka-suka Extra" adalah program simpanan yang ditawarkan oleh Bank Mega Syariah, dimana nasabah dapat menempatkan dana mereka dalam jumlah dan jangka waktu tertentu. Dalam program ini, nasabah memiliki peluang untuk memperoleh berbagai hadiah menarik,

---

<sup>9</sup> Bank Mega Syariah, "Profil Perusahaan, Penghargaan," diakses 30 Oktober 2023, <https://www.megasyariah.co.id/id/>.

dimana semakin besar penempatan dana, semakin besar hadiah yang dapat diperoleh. "*Syariah Card*" adalah jenis kartu pembiayaan yang ditawarkan oleh Bank Mega Syariah, yang mengikuti prinsip-prinsip syariah yang didasarkan pada fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia.<sup>10</sup>

Bank Mega Syariah mengadopsi pendekatan pemasaran yang unik dalam memperkenalkan produk mereka kepada masyarakat, yaitu dengan menggunakan strategi promosi tabungan berhadiah. Hadiah-hadiah yang ditawarkan oleh bank ini berhasil menarik perhatian nasabah, baik karena besarnya nilai hadiah yang ditawarkan maupun peluang besar untuk memberikan hadiah tersebut, mengingat pemberian hadiah dilakukan di awal penempatan dana. Tujuan dari pemberian berhadiah ini adalah untuk membangun hubungan yang positif antara bank dan nasabah, sehingga mendorong kemitraan yang erat antara keduanya.

Oleh karena itu, menumbuhkan kepercayaan yang kuat dari pihak nasabah sangat ditekankan untuk memastikan kepercayaan yang mereka miliki terhadap bank. Melalui tingkat kepercayaan yang terjalin antara bank dan nasabah, sangat memungkinkan untuk memperkuat hubungan yang lebih kokoh antara keduanya dalam aktivitas perbankan. Bank bertanggung jawab untuk membina kepercayaan yang tinggi dari nasabahnya agar mereka merasa yakin serta aman ketika menitipkan dananya di bank tersebut. Ini membuka peluang bagi hubungan yang lebih

---

<sup>10</sup> Bank Mega Syariah, "Produk Unggulan," diakses 30 Oktober 2023, <https://www.megasyariah.co.id/id/>.

erat dan intensif antara nasabah dan bank dalam menjalankan aktivitas perbankan.

Berdasarkan pemaparan di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Program Hadiah dan Motivasi terhadap Minat Nasabah dalam Menggunakan Produk Tabungan Suka-Suka Extra di Bank Mega Syariah KCP Jember.”

### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang penulis paparkan di atas, maka dapat diajukan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah program hadiah berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk Tabungan Suka-Suka Extra di Bank Mega Syariah KCP Jember?
2. Apakah motivasi mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan produk Tabungan Suka-Suka Extra di Bank Mega Syariah KCP Jember?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini, yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh program hadiah terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk Tabungan Suka-Suka Extra di Bank Mega Syariah KCP Jember.

2. Untuk mengetahui pengaruh motivasi terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk Tabungan Suka-Suka Extra di Bank Mega Syariah KCP Jember.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Manfaat dari penelitian merujuk pada hasil yang akan diberikan setelah penelitian selesai dilakukan. Dalam konteks penelitian ini, pelaksanaannya diharapkan menghasilkan kontribusi yang berguna, baik secara langsung maupun tidak langsung, bagi pihak yang akan menggunakannya sebagai referensi, terutama dalam konteks Perbankan Syariah. Berikut adalah beberapa manfaat yang diharapkan dari penelitian ini:

##### **1. Manfaat Teoritis**

Peneliti berharap agar penelitian ini dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan teori tentang promosi dan motivasi nasabah dalam penggunaan produk perbankan.

##### **2. Manfaat Praktis**

###### **a. Bagi Peneliti**

Peneliti akan memperoleh pengalaman praktis dalam melakukan penelitian di lapangan. Ini akan membantu peneliti memahami secara lebih mendalam bagaimana melakukan penelitian dalam lingkungan nyata. Selain itu, peneliti mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana

motivasi dan minat nasabah dapat dipengaruhi oleh insentif seperti Program Hadiah.

b. Bagi UIN KHAS Jember

Secara akademis, peneliti berharap agar penelitian ini bisa dijadikan sebagai rujukan oleh para peneliti di masa yang akan datang, serta dapat memberikan wawasan dan pengetahuan tentang pengaruh motivasi dan minat nasabah dalam menggunakan produk tabungan berhadiah bagi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

c. Bagi Instansi

Peneliti berharap penelitian ini dapat digunakan untuk mengukur kepuasan nasabah serta minat nasabah dalam menggunakan produk serta layanan bank tersebut.

d. Bagi Nasabah maupun Masyarakat

Hasil penelitian ini akan membantu nasabah dan masyarakat umum memahami lebih baik tentang pengaruh Program Hadiah dan motivasi terhadap minat mereka dalam menggunakan produk tabungan berhadiah. Ini memungkinkan mereka membuat keputusan keuangan yang lebih terinformasi.

## **E. Ruang Lingkup Penelitian**

### **1. Variabel Penelitian**

Dalam penelitian kuantitatif, seringkali terdapat dua jenis variabel, yaitu variabel X dan variabel Y. Variabel X biasanya disebut sebagai

variabel independen (variabel bebas), yang merupakan karakteristik atau faktor yang diteliti dan dapat dipengaruhi oleh variabel tersebut. Sementara variabel Y, yang juga dikenal sebagai variabel dependen (variabel terikat), adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen tersebut.<sup>11</sup> Dalam penelitian ini, variabel yang digunakan, yaitu:

- a. Program Hadiah (X1)
- b. Motivasi (X2)
- c. Minat Nasabah (Y)

## 2. Indikator Variabel

Penelitian ini menggunakan indikator variabel sebagai berikut:

**Tabel 1. 2**  
**Indikator Variabel**

Variabel	Indikator	Sumber
Program Hadiah (X1)	a. Kesesuaian dengan konteks dan tujuan hadiah b. Pemberian Hadiah <sup>12</sup>	Faesol (2013)
Motivasi (X2)	a. Kebutuhan b. Stimulus <sup>13</sup>	Priansa (2017)
Minat Nasabah (Y)	a. Perhatian b. Menarik c. Dorongan <sup>14</sup>	Sangadji dan Sopiah (2020)

Sumber: Data diolah, 2023

<sup>11</sup> Fajri Ismail, *Statistika untuk Penelitian Pendidikan dan Ilmu-Ilmu Sosial* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2018), 65.

<sup>12</sup> Amir Faesol, "Efektivitas Diskon dan Hadiah sebagai Sarana Promosi Penjualan untuk Menarik Minat Beli Konsumen pada Bumbu Magic Lezat," *Jurnal Manajemen Bisnis* 3, No. 1 (April 2013): 44-53.

<sup>13</sup> Donni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen dalam persaingan bisnis kontemporer* (Bandung: Alfabeta, 2017).

<sup>14</sup> Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis* (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2020).

## F. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah sebuah deskripsi yang digunakan sebagai dasar untuk melakukan pengukuran secara praktis terhadap variabel penelitian, dengan perumusan yang berdasarkan pada indikator-indikator yang terkait dengan variabel tersebut.<sup>15</sup>

### 1. Program Hadiah

Menurut Arikunto dan Jabar, pengertian "program" dapat dipahami secara umum dan secara khusus. Pengertian program secara umum adalah rencana atau rancangan kegiatan yang akan dilaksanakan. Ini mencakup tahap perencanaan awal dari suatu rangkaian kegiatan. Sedangkan pengertian program secara khusus adalah rangkaian kegiatan yang dilaksanakan secara berkesinambungan dengan jadwal waktu tertentu, dan pelaksanaannya biasanya memerlukan waktu yang cukup lama.<sup>16</sup>

Menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia), hadiah adalah tanda penghargaan atau imbalan yang diberikan kepada seseorang, misalnya kepada pemenang dalam suatu kontes atau perlombaan. Hadiah adalah sesuatu yang diberikan kepada seseorang tanpa meminta imbalan atau kompensasi langsung. Ini tidak hanya terbatas pada benda-benda fisik, tetapi juga dapat berupa uang atau pelayanan. Pemberian hadiah sering digunakan dalam masyarakat sebagai sarana

---

<sup>15</sup> Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah IAIN Jember* (Jember: IAIN Jember, 2020), 40.

<sup>16</sup> Agus Zaenal Muttaqin, *Evaluasi Program Pendidikan dan Pelatihan bagi Aparatur Negara* (Pekalongan: PT. Nasya Expanding Management, 2022), 20.

untuk mempererat hubungan sosial. Selain dari pemberian langsung oleh individu, hadiah juga bisa diperoleh melalui berbagai cara, seperti memenangkan suatu kompetisi atau melalui undian.<sup>17</sup>

Jadi, berdasarkan definisi diatas pengertian program hadiah adalah rangkaian kegiatan yang dirancang untuk memberikan penghargaan atau imbalan kepada seseorang atau sekelompok orang sebagai tanda apresiasi atau pengakuan atas prestasi atau kontribusi mereka. Program hadiah dapat mencakup rencana dan jadwal kegiatan yang berkelanjutan dalam memberikan hadiah kepada penerima, dan ini bisa melibatkan berbagai bentuk hadiah, termasuk barang fisik, uang tunai, atau pelayanan. Program hadiah sering digunakan sebagai cara untuk memotivasi, menghargai, atau mempererat hubungan dengan penerima hadiah, baik dalam konteks kompetisi, perlombaan, atau aktivitas lainnya.

## 2. Motivasi

Motivasi berasal dari bahasa Latin "*movere*," yang berarti dorongan atau penggerak. Pentingnya motivasi terletak pada fakta bahwa motivasi adalah faktor yang mendorong, mengarahkan, dan mendukung perilaku manusia. Motivasi sangat penting dalam mencapai tujuan yang diinginkan, terutama dalam konteks konsumen.<sup>18</sup>

<sup>17</sup> Tim Penyusun Kamus Pusat Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 2007), 380.

<sup>18</sup> Nugroho J Setiadi, *Perilaku Konsumen Edisi Revisi* (Jakarta: Kencana, 2003), 25.

Dalam arti yang lebih umum, motivasi adalah semangat atau dorongan yang muncul dalam diri seseorang, baik itu disadari atau tidak, yang mendorong mereka untuk melakukan suatu tindakan dengan tujuan khusus. Jika Anda sedang merasa kurang bersemangat atau sedang mengalami kesedihan, pesan motivasi mungkin memiliki kemampuan untuk menginspirasi Anda kembali dan membangkitkan semangat.<sup>19</sup>

### 3. Minat Nasabah

Minat adalah kecenderungan yang membuat seseorang merasa tertarik pada subjek atau hal tertentu dan merasa senang terlibat dalam hal tersebut. Rasa senang yang muncul dapat memperkuat minat tersebut, diperkuat oleh sikap positif yang sama terhadapnya.<sup>20</sup>

Pengertian nasabah menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia), nasabah adalah seseorang yang secara reguler berinteraksi atau menggunakan layanan keuangan dari sebuah bank, dapat berupa individu atau entitas, dan memiliki status sebagai pelanggan dalam konteks keuangan.<sup>21</sup>

Jadi, yang dimaksud minat nasabah adalah kecenderungan atau ketertarikan individu atau entitas bisnis terhadap produk dan layanan yang ditawarkan oleh lembaga keuangan. Ketertarikan ini disertai dengan perasaan senang terlibat dalam produk dan layanan tersebut,

---

<sup>19</sup> Muhammad Irfan Al-amin, "Motivasi adalah" diakses 14 Oktober 2023, <https://katadata.co.id/>.

<sup>20</sup> Winkle WS, *Psikologi dan Evaluasi Belajar* (Jakarta: Gramedia, 2008), 30.

<sup>21</sup> Tim Penyusun, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, 775.

dan perasaan senang ini dapat diperkuat oleh sikap positif yang sama terhadap produk dan layanan yang disediakan oleh lembaga keuangan. Dengan kata lain, minat nasabah mengacu pada keinginan dan kesenangan individu atau bisnis terhadap produk dan layanan keuangan yang mereka gunakan atau manfaatkan.

### **G. Asumsi Penelitian**

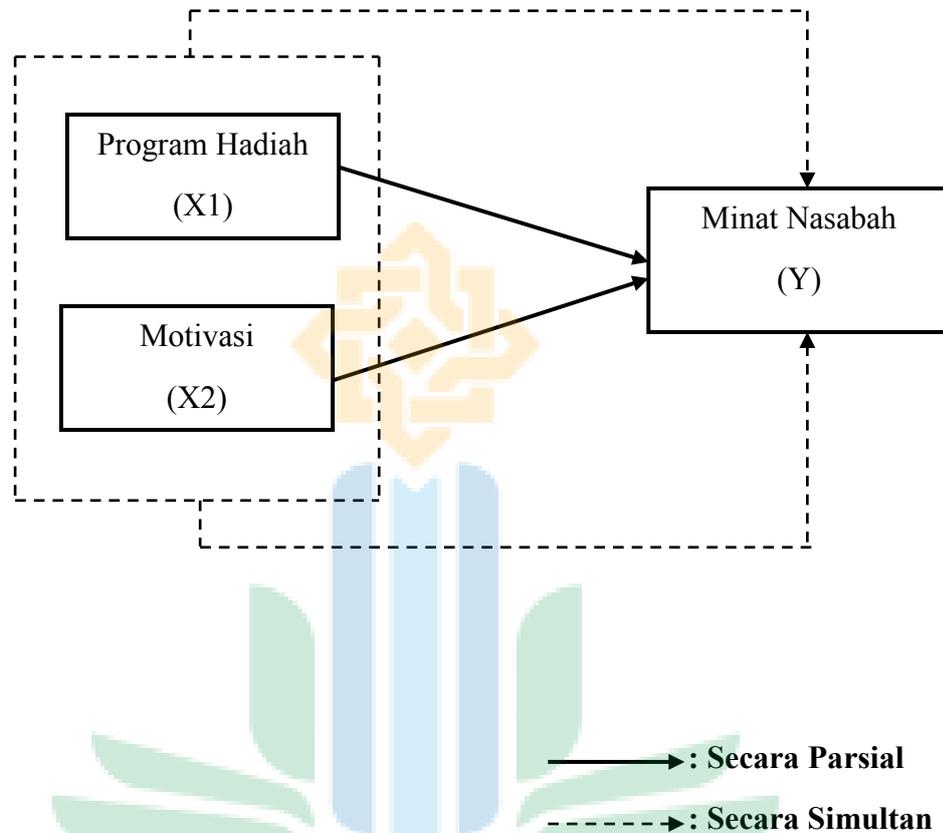
Asumsi penelitian, sering juga disebut sebagai dasar asumsi atau postulat, merupakan landasan inti yang diterima oleh peneliti sebagai dasar untuk pemikiran mereka. Sebelum mengumpulkan data, penting untuk merumuskan asumsi penelitian secara terperinci. Asumsi penelitian bukan hanya berperan sebagai fondasi yang kuat bagi permasalahan yang sedang diteliti, tetapi juga untuk memperjelas variabel yang menjadi fokus penelitian serta membantu dalam pembuatan hipotesis.<sup>22</sup>

Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini meliputi program hadiah dan motivasi. Kedua variabel ini digunakan untuk melihat pengaruh program hadiah dan motivasi terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk Tabungan Suka-Suka Extra di Bank Mega Syariah KCP Jember.

---

<sup>22</sup> Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, 41.

**Gambar 1. 1 Kerangka Pemikiran**



## H. Hipotesis

Berdasarkan asumsi penelitian di atas, dapat disusun suatu hipotesis

awal yang menjadi dugaan sementara dalam rangka menguji penelitian di Bank Mega Syariah KCP Jember, yaitu:

1.  $H_{01}$  : Program hadiah tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk Tabungan Suka-Suka Extra di Bank Mega Syariah KCP Jember.

$H_{a1}$  : Program hadiah berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk Tabungan Suka-Suka Extra di Bank Mega Syariah KCP Jember.

2. Ho<sub>2</sub> : Motivasi nasabah tidak mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan produk Tabungan Suka-Suka Extra di Bank Mega Syariah KCP Jember.

Ha<sub>2</sub> : Motivasi nasabah mempengaruhi minat mereka dalam menggunakan produk Tabungan Suka-Suka Extra di Bank Mega Syariah KCP Jember.

### I. Sistematika Pembahasan

Deskripsi alur pembahasan skripsi dimulai dari bab pendahuluan hingga bab penutup mengikuti format penulisan sistematika yang bersifat deskriptif naratif, bukan seperti pada daftar isi.<sup>23</sup> Adapun sistematika penulisan skripsi ini yaitu:

**Bab I Pendahuluan**, yang terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian, definisi operasional, asumsi penelitian dan hipotesis.

**Bab II Kajian Pustaka**, pada bab ini membahas tentang penelitian terdahulu dan kajian teori.

**Bab III Metode Penelitian**, pada bab ini terdiri atas pendekatan dan jenis penelitian, populasi dan sampel, teknik dan instrumen pengumpulan data serta analisis data yang digunakan.

**Bab IV Penyajian Data dan Analisis**, yang terdiri atas gambaran obyek penelitian, penyajian data, analisis dan pengujian hipotesis, pembahasan.

---

<sup>23</sup> Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, 80.

**Bab V Penutup**, terdiri dari kesimpulan dan saran yang berfungsi sebagai pedoman, dengan menyertakan kepustakaan dan lampiran-lampiran sebagai referensi dan dokumentasi data yang dihasilkan selama proses penelitian ini.



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

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### A. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu mengacu pada upaya peneliti untuk menemukan perbandingan dan inspirasi untuk penelitian masa depan. Tujuan penelitian terdahulu adalah untuk memperoleh bahan perbandingan dan acuan, menghindari kesamaan dengan penelitian terdahulu, serta memperluas dan memperdalam teori yang akan digunakan. Berikut merupakan penelitian terdahulu yang masih berkaitan dengan tema yang penulis kaji.

1. Ramandhita Putri Kurniawati (2019) dengan judul penelitian “Analisis Hadiah dalam Meningkatkan Minat Menabung Produk SIRELA di KSPPS Binama Semarang”. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan metode deskriptif analisis. Selain itu, dalam pengumpulan data, digunakan metode observasi dan wawancara.

Setelah tahap pengumpulan data, data diolah dan dianalisis sesuai dengan teori-teori. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan bahwa KSPPS Binama Semarang dapat meningkatkan minat nasabah untuk menabung di produk Sirela dengan memberikan hadiah kepada nasabah yang telah menabung secara rutin. Selain itu, penelitian ini juga menunjukkan bahwa pemberian hadiah dapat menjadi strategi

yang efektif dalam meningkatkan minat nasabah untuk menabung di produk Sirela.<sup>24</sup>

Persamaan dalam penelitian ini adalah fokus penelitian program hadiah dalam meningkatkan minat nasabah. Sedangkan perbedaannya penelitian terdahulu menggunakan metode kualitatif analisis deskriptif, sedangkan peneliti menggunakan metode kuantitatif.

2. Netty Merdiaty (2019) dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Hadiah dan Kepercayaan pada Loyalitas Nasabah Bank di Jakarta”. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif. Populasi penelitian adalah seluruh nasabah bank di Jakarta. Jumlah sampel dalam penelitian adalah 261 responden yang diambil dengan menggunakan teknik *accidental sampling*. Skala pengukuran yang digunakan yaitu skala likert dan semantik. Teknik pengumpulan data menggunakan metode kuesioner. Analisis dilakukan secara kuantitatif dengan pendekatan *Structural Equation Modeling* atau SEM.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah, sedangkan hadiah tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Dari data yang diperoleh, nilai *t statistic* untuk hadiah adalah  $-0.08 < 1.96$  yang artinya hadiah tidak berpengaruh secara positif terhadap loyalitas nasabah. Dalam pembahasan

---

<sup>24</sup> Ramandhita Putri Kurniawati, “Analisis Hadiah dalam Meningkatkan Minat Menabung Produk SIRELA di KSPPS Binama Semarang” (Tugas Akhir, UIN Walisongo Semarang, 2019).

penelitian ini, disimpulkan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah, sedangkan hadiah tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kepercayaan nasabah pada bank, maka semakin tinggi pula loyalitas nasabah terhadap bank. Selain itu, kepuasan nasabah juga berperan sebagai mediator antara kepercayaan dan loyalitas nasabah. Hasil penelitian ini dapat menjadi masukan bagi bank untuk memperhatikan pentingnya kepercayaan nasabah dalam mempertahankan loyalitas nasabah.<sup>25</sup>

Persamaan yaitu sama-sama membahas mengenai pengaruh hadiah terhadap nasabah. Sedangkan perbedaannya, penelitian terdahulu menggunakan analisis SEM, peneliti menggunakan analisis linear berganda.

3. Siti Zahira (2019) dalam penelitiannya yang berjudul “Minat Nasabah terhadap Produk Deposito Mudharabah di PT. Bank Pembangunan Daerah Sumut Cabang Syariah Hamparan Perak.” Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua jenis, yaitu metode penelitian kepustakaan dan metode penelitian lapangan. Metode penelitian kepustakaan digunakan untuk mengumpulkan data dari buku panduan atau sumber lain yang berkaitan dengan topik penelitian. Sedangkan metode penelitian lapangan dilakukan dengan mengumpulkan data secara langsung pada PT. Bank Pembangunan

---

<sup>25</sup> Netty Merdiaty, “Pengaruh Hadiah dan Kepercayaan pada Loyalitas Nasabah Bank di Jakarta,” Paper yang diseminarkan pada Prosiding Seminar Nasional, Universitas Ahmad Dahlan, Yogyakarta, 8 Agustus 2023.

Daerah Sumut Capem Syariah Hampanan Perak dengan menggunakan teknik penelitian yang telah dipersiapkan.

Temuan dari penelitian ini adalah bahwa sistem bagi hasil merupakan faktor yang mempengaruhi minat nasabah menggunakan produk Deposito *Mudharabah* pada PT. Bank Pembangunan Daerah Sumut Capem Syariah Hampanan Perak. Selain itu, dalam penelitian ini juga ditemukan faktor-faktor lain yang mempengaruhi minat nasabah menggunakan produk Deposito *Mudharabah* pada bank tersebut, seperti kepercayaan nasabah terhadap bank, keuntungan yang diperoleh, dan kemudahan dalam melakukan transaksi. Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa minat nasabah terhadap produk Deposito *Mudharabah* pada PT. Bank Pembangunan Daerah Sumut Capem Syariah Hampanan Perak dipengaruhi oleh sistem bagi hasil. Selain itu, dalam penelitian ini juga ditemukan faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah menggunakan produk Deposito *Mudharabah* pada bank tersebut.<sup>26</sup>

Persamaan penelitian ini adalah sama-sama membahas mengenai minat nasabah. Sedangkan perbedaannya, penelitian terdahulu membahas tentang produk deposito mudharabah, peneliti tentang tabungan suka-suka extra.

4. Eny Latifah dan Siti Nur Azila (2020) dalam penelitiannya yang berjudul “Eksistensi Peranan Hadiah pada *Islamic Microfinance*

---

<sup>26</sup> Siti Zahira, “Minat Nasabah terhadap Produk Deposito Mudharabah di PT. Bank Pembangunan Daerah Sumut Cabang Syariah Hampanan Perak” (Skripsi, UIN Sumatera Utara, 2019).

*Institutions*". Jenis penelitian yang digunakan yaitu metode penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tujuan ingin mendapatkan gambaran atas eksistensi peranan hadiah di *Islamic Microfinance Institution* dengan narasumber yang tepat dengan asumsi akan mendapatkan informasi yang sebenar-benarnya dari narasumber dengan bantuan alat triangulasi (observasi, interview, dan dokumentasi).

Hasil dari penelitian ini adalah eksistensi peranan hadiah yang ada di *Islamic Microfinance Institutions* yang bernama KSPPS Mandiri Sejahtera sebagai apresiasi kepada anggota atau nasabah, sebagai motivasi dan meningkatkan loyalitas anggota atau nasabah kepada Lembaga Keuangan dan menjadi daya pikat tersendiri bagi masyarakat yang belum menjadi anggota atau nasabah di Lembaga Keuangan tersebut. Selain itu, penelitian ini juga membahas tentang rukun dan syarat hadiah serta prinsip-prinsip syariah yang harus dipenuhi oleh *Islamic Microfinance Institutions* dalam memberikan hadiah.<sup>27</sup>

Persamaan penelitian ini sama-sama membahas peranan suatu hadiah. Sedangkan perbedaannya penelitian terdahulu menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif, sedangkan peneliti menggunakan metode kuantitatif.

5. Devi Putri Lestari (2020) dengan judul penelitian "Hadiah dalam Penghimpunan Dana Tabungan Perspektif Dewan Syariah Nasional

---

<sup>27</sup> Eny Latifah dan Siti Nur Azila, "Eksistensi Peranan Hadiah pada Islamic Microfinance Institutions," *Journal Of Management, Accounting, Economic and Business* 1, No. 1 (April 2020): 75-77, <https://trianglesains.makarioz.org/index.php/JTS/article/view/16>.

Majelis Ulama Indonesia”. Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data dengan wawancara dan dokumentasi. Selain itu, bahan hukum primer berasal dari data hasil wawancara, sedangkan bahan hukum sekunder diambil dari kepustakaan berupa buku, jurnal, hasil penelitian, koran atau literatur lain yang berkaitan dengan penelitian ini. Metode pengolahan data dilakukan dengan cara pemeriksaan data, klasifikasi, verifikasi, dan analisis.

Hasil dari penelitian ini adalah BMT Mandiri Sejahtera Cabang Kranji memiliki produk tabungan SIMASTER (Simpanan Masyarakat Sejahtera) yang merupakan produk penghimpunan dana yang menggunakan akad *Wadi'ah yadh dhommanah*. Program pemberian hadiah di BMT Mandiri Sejahtera Cabang Kranji adalah sebagai salah satu strategi pemasaran dan promosi produk untuk menarik perhatian nasabah dan menambah loyalitas nasabah. Implementasi Fatwa DSN MUI Nomor 86/DSN-MUI/XII/2012 dalam praktik program pemberian hadiah di BMT Mandiri Sejahtera Cabang Kranji meliputi beberapa hal, antara lain: hadiah harus diberikan secara sukarela dan tidak mengikat, hadiah tidak boleh diberikan sebagai imbalan atas penghimpunan dana, hadiah tidak boleh diberikan sebagai imbalan atas penggunaan produk atau jasa, hadiah tidak boleh diberikan sebagai imbalan atas penggunaan kartu ATM atau kartu kredit, dan hadiah

tidak boleh diberikan sebagai imbalan atas penggunaan layanan *internet banking* atau *mobile banking*.<sup>28</sup>

Persamaan dalam penelitian adalah sama-sama membahas tentang produk tabungan. Sedangkan perbedaannya penelitian terdahulu membahas hadiah menurut perspektif DSN-MUI, sedangkan peneliti membahas pengaruh hadiah.

6. Yenni Puspita Sari dan Zainuddin (2021) dalam penelitiannya yang berjudul “Pemberian Hadiah pada PT BPRS Gajahtongga Kotopiliang Kota Sawahlunto”. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Sumber data primer meliputi Direktur Operasional, Manajer Pendanaan, dan Nasabah Tabungan, sedangkan Sumber data sekunder berupa dokumen terkait produk tabungan *wadi'ah* di PT BPRS Gajahtongga Kotopiliang. Teknik pengumpulan data meliputi wawancara terhadap informan dan studi dokumentasi.

Hasil dari penelitian yang dilakukan di PT BPRS Gajahtongga Kotopiliang dapat disimpulkan bahwa mekanisme penyaluran bonus tabungan *wadi'ah* dan kepada nasabah yang membayar angsuran pembiayaan tepat waktu sudah sesuai dengan prinsip keuangan syariah. Pembagian bonus tabungan *wadi'ah* didasarkan pada kesepakatan yang dibuat di awal akad, dan berfungsi sebagai insentif bagi nasabah untuk menyimpan dan memelihara rekeningnya. Praktik

---

<sup>28</sup> Devi Putri Lestari, “Hadiah dalam Penghimpunan Dana Tabungan Perspektif Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia,” *Journal of Islamic Business Law* 4, No. 4 (Desember 2020): 2-4, <http://urj.uin-malang.ac.id/index.php/jibl>.

ini diperbolehkan menurut prinsip *wadi'ah* dalam keuangan Islam. Demikian pula pemberian bonus kepada nasabah yang membayar angsuran pembiayaan tepat waktu juga sejalan dengan tujuan mendorong kedisiplinan dan pembayaran utang tepat waktu. Praktik ini diperbolehkan karena merupakan bentuk apresiasi dan motivasi nasabah dalam memenuhi kewajiban keuangannya.<sup>29</sup>

Persamaan penelitian ini sama-sama membahas mengenai pemberian hadiah. Perbedaannya penelitian terdahulu membahas tentang bonus tabungan *wadi'ah*, sedangkan peneliti tentang hadiah pada tabungan suka-suka extra.

7. Rahmayani dan Ahmad Fuadi (2021) dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Pemberian Hadiah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Sumut Syariah Cabang Stabat”. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian asosiatif (hubungan), yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antar variabel.

Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan pemberian *reward* terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Bank SUMUT Syariah Cabang Stabat. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t dengan tingkat signifikansi 0,00 lebih kecil dari 0,05 ( $0,00 < 0,05$ ), dan nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel ( $4,979 > 2,06866$ ). Pemberian

---

<sup>29</sup> Yenni Puspita Sari dan Zainuddin, “Pemberian Hadiah pada PT BPRS Gajahtongga Kotopiliang Kota Sawahlunto,” *Al-bank: Journal Islamic Banking and Finance* 1, No. 2 (Juli 2021): 127, [DOI:10.31958/ab.v1i2.3307](https://doi.org/10.31958/ab.v1i2.3307).

*reward* mempunyai pengaruh sebesar 49,8% terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Bank SUMUT Syariah Cabang Stabat, sedangkan sisanya sebesar 50,2% dipengaruhi oleh variabel lain seperti kualitas pelayanan, lokasi, kualitas produk dan layanan, dan lain-lain. Penelitian juga menemukan adanya hubungan positif antara pemberian *reward* (X) dengan loyalitas pelanggan (Y). Semakin sering dan efektif pemberian *reward* yang dilakukan PT. Bank SUMUT Syariah Cabang Stabat maka semakin besar pula loyalitas nasabahnya.<sup>30</sup>

Persamaan penelitian ini yaitu sama-sama menggunakan metode penelitian kuantitatif. Sedangkan perbedaannya fokus penelitian terdahulu tentang pemberian hadiah terhadap loyalitas nasabah, sedangkan peneliti tentang pengaruh program hadiah dan motivasi terhadap minat nasabah.

8. Afrin Suryaning Tiyas (2021) dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Motivasi Menabung dan Pengetahuan Tentang Produk Perbankan terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Indonesia KCP MT. Haryono Magetan (Studi Pada Masyarakat Desa Setren Bendo Magetan)”. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Data kuantitatif adalah data yang berupa angka dan dapat diolah dengan berbagai operasi matematika. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer.

---

<sup>30</sup> Rahmayani dan Ahmad Fuadi, “Pengaruh Pemberian Hadiah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Sumut Syariah Cabang Stabat,” *Al-Istimrar: Jurnal Ekonomi Syariah* 1, No.1 (Mei 2022): 5-8, <https://jurnal.islahiyah.ac.id/index.php/istimrar/article/view/59>.

Data primer adalah data yang diperoleh peneliti dari sumber asli. Dalam hal ini, proses pengumpulan datanya perlu dilakukan dengan memperhatikan siapa sumber utama yang akan dijadikan objek untuk penelitian tersebut. Data primer dalam penelitian ini adalah hasil dari pengisian kuesioner oleh responden tentang pengaruh motivasi dan pengetahuan terhadap keputusan menabung di Bank Syariah Indonesia KCP MT. Haryono Magetan. Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa motivasi menabung dan pengetahuan tentang produk perbankan berpengaruh positif terhadap minat menabung di Bank Syariah Indonesia KCP MT. Haryono Magetan. Selain itu, penelitian ini juga menunjukkan bahwa terdapat faktor-faktor lain yang mempengaruhi minat menabung di Bank Syariah Indonesia KCP MT. Haryono Magetan yang perlu diteliti lebih lanjut.<sup>31</sup>

Persamaan nya adalah menggunakan metode penelitian yang sama, yaitu kuantitatif. Sedangkan perbedaan nya pada fokus penelitian yang membahas pengaruh motivasi menabung dan pengetahuan, sedangkan penelitian ini membahas pengaruh hadiah terhadap motivasi dan minat nasabah.

9. Alifatur Rohmah dan Rahman Ali Fauzi (2021) dalam penelitiannya “Analisis Pemberian Hadiah dalam Produk Simpanan Berjangka Wadiah Berhadiah (Sajadah) di BMT NU Situbondo.” Penelitian ini menggunakan metode penelitian normatif dan kualitatif untuk

---

<sup>31</sup> Afrin Suryaning Tiyas, “Pengaruh Motivasi Menabung dan Pengetahuan Tentang Produk Perbankan terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Indonesia KCP MT. Haryono Magetan (Studi Pada Masyarakat Desa Setren Bendo Magetan)” (Skripsi, IAIN Ponorogo, 2021).

mengkaji produk tabungan berbasis syariah. Metode penelitian normatif digunakan untuk menganalisis aspek hukum dan fatwa DSN-MUI, sedangkan metode penelitian kualitatif digunakan untuk menganalisis data dari wawancara dengan pihak BMT NU Situbondo dan dokumentasi terkait produk simpanan berjangka wadiah berhadiah.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pemberian hadiah pada produk simpanan berjangka *wadiah* berhadiah di BMT NU Situbondo tidak melanggar prinsip syariah, selama hadiah tersebut diberikan secara sukarela oleh pihak BMT NU sebagai penerima titipan tanpa dipersyaratkan oleh nasabah sebagai pihak penitip saat melakukan akad. Selain itu, penelitian ini juga menunjukkan bahwa metode penelitian normatif dan kualitatif dapat digunakan untuk mengkaji produk tabungan berbasis syariah.

Pembahasan dalam jurnal tersebut membahas tentang produk simpanan berjangka wadiah berhadiah di BMT NU Situbondo dan pemberian hadiah pada produk tersebut. Dalam akad *wadiah*, hadiah tidak boleh diperjanjikan di awal akad kecuali jika hadiah tersebut diberikan secara sukarela. Sebelum nasabah membuka rekening tabungan Sajadah, nasabah terlebih dahulu diedukasi dan diberi penjelasan mengenai produk tersebut termasuk persyaratan yang harus disepakati yakni minimal deposit awal dan jangka waktu tabungan. Selain itu, fatwa DSN-MUI menyatakan bahwa hadiah promosi pada

akad wadiah boleh diberikan oleh LKS dengan ketentuan hadiah tersebut diberikan sebelum terjadinya akad.<sup>32</sup>

Persamaan penelitian ini adalah membahas mengenai pemberian hadiah. Perbedaannya penelitian terdahulu tentang produk simpanan berjangka, sedangkan peneliti tentang tabungan suka-suka extra.

10. Nidaul Maliha (2023) dalam penelitiannya “Efektivitas Program Panen Hadiah Simpedes Dalam Penguatan Loyalitas Nasabah di Bank BRI Kantor Cabang Jember.” Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Metode deskriptif adalah penelitian yang diarahkan untuk memaparkan gejala, fakta atau kejadian secara sistematis dan akurat mengenai sifat-sifat populasi atau daerah tertentu. Sedangkan pendekatan kualitatif adalah langkah kerja untuk mendeskripsikan suatu objek, fenomena atau setting sosial dalam suatu tulisan yang bersifat naratif, artinya data dan fakta yang dihimpun berbentuk kata atau gambar daripada angka-angka.

Membahas tentang temuan hasil penelitian mengenai efektivitas program Panen Hadiah Simpedes di Bank BRI Kantor Cabang Jember. Pembahasan dilakukan dengan membandingkan analisis data dan fakta yang didapatkan di lapangan. Hasil wawancara menunjukkan bahwa dalam mengukur efektivitas suatu program, diperlukan indikator pendukung. Dalam penelitian ini, indikator ukuran yang digunakan

---

<sup>32</sup> Alifatur Rohmah dan Rahman Ali Fauzi, “Analisis Pemberian Hadiah dalam Produk Simpanan Berjangka Wadiah Berhadiah (Sajadah) di BMT NU Situbondo,” *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah* 4, No. 2 (Oktober 2021): 201, DOI: [10.30595/jhes.v4i2.11320](https://doi.org/10.30595/jhes.v4i2.11320).

adalah ukuran efektivitas menurut Budiani. Selain itu, pembahasan juga dilakukan terhadap permasalahan yang telah diuraikan serta memberikan saran. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa program tersebut memiliki hasil yang sangat baik dalam meningkatkan loyalitas nasabah.<sup>33</sup>

Persamaan penelitian ini, yaitu sama-sama membahas mengenai program hadiah. Perbedaanya penelitian terdahulu tentang loyalitas nasabah, sedangkan mengenai minat nasabah.

**Tabel 2. 1**  
**Mapping Penelitian Terdahulu**

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Ramandhita Putri Kurniawati (2019)	Analisis Hadiah dalam Meningkatkan Minat Menabung Produk SIRELA di KSPPS Binama Semarang	Fokus penelitian terhadap program hadiah dalam meningkatkan minat nasabah.	Metode penelitian kualitatif deskriptif analisis, sedangkan peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif.
2.	Netty Merdiaty (2019)	Pengaruh Hadiah dan Kepercayaan pada Loyalitas Nasabah Bank di Jakarta	Sama-sama membahas mengenai pengaruh hadiah terhadap nasabah.	Penelitian terdahulu menggunakan analisis SEM, sedangkan peneliti menggunakan analisis regresi linear berganda.
3.	Siti Zahira (2019)	Minat Nasabah terhadap Produk Deposito	Membahas mengenai minat nasabah.	Penelitian terdahulu membahas

<sup>33</sup> Nidaul Maliha, "Efektivitas Program Panen Hadiah Simpedes Dalam Penguatan Loyalitas Nasabah di Bank BRI Kantor Cabang Jember" (Skripsi, UIN KHAS Jember, 2023).

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
		<i>Mudharabah</i> di PT. Bank Pembangunan Daerah Sumut Cabang Syariah Hampanan Perak		tentang produk deposito <i>mudharabah</i> , sedangkan peneliti tentang tabungan suka-suka extra.
4.	Eny Latifah dan Siti Nur Azila (2020)	Eksistensi Peranan Hadiah pada <i>Islamic Microfinance Institutions</i>	Sama-sama membahas peranan atau pengaruh suatu hadiah.	Penelitian terdahulu menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif, sedangkan peneliti menggunakan metode kuantitatif.
5.	Devi Putri Lestari (2020)	Hadiah dalam Penghimpunan Dana Tabungan Perspektif Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia	Sama-sama membahas tentang produk tabungan.	Penelitian terdahulu membahas hadiah menurut perspektif DSN-MUI, sedangkan peneliti membahas pengaruh hadiah.
6.	Yenni Puspita Sari dan Zainuddin (2021)	Pemberian Hadiah pada PT BPRS Gajah Tongga Kotopiliang Kota Sawahlunto	Membahas mengenai pemberian hadiah.	Penelitian terdahulu tentang bonus tabungan <i>wadi'ah</i> , sedangkan peneliti tentang program hadiah pada tabungan suka-suka extra.
7.	Rahmayani dan Ahmad Fuadi (2021)	Pengaruh Pemberian Hadiah Terhadap Loyalitas Nasabah	Sama-sama menggunakan metode penelitian	Fokus tentang pemberian hadiah terhadap loyalitas

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
		Pada Bank Sumut Syariah Cabang Stabat	kuantitatif.	nasabah, sedangkan peneliti tentang pengaruh program hadiah terhadap motivasi dan minat nasabah.
8.	Afrin Suryaning Tiyas (2021)	Pengaruh Motivasi Menabung dan Pengetahuan Tentang Produk Perbankan terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Indonesia KCP MT. Haryono Magetan (Studi Pada Masyarakat Desa Setren Bendo Magetan)	Menggunakan metode penelitian yang sama, yaitu kuantitatif.	Fokus penelitian terhadap pengaruh motivasi menabung dan pengetahuan produk perbankan, sedangkan peneliti pengaruh hadiah terhadap motivasi dan minat nasabah.
9.	Alifatur Rohmah dan Rahman Ali Fauzi (2021)	Analisis Pemberian Hadiah dalam Produk Simpanan Berjangka Wadiah Berhadiah (Sajadah) di BMT NU Situbondo	Membahas mengenai pemberian hadiah.	Penelitian terdahulu tentang produk simpanan berjangka, sedangkan peneliti tentang tabungan sukasuka extra.
10.	Nidaul Maliha (2023)	Efektivitas Program Panen Hadiah Simpedes Dalam Penguatan Loyalitas Nasabah di Bank BRI Kantor Cabang Jember	Sama-sama membahas mengenai program panen hadiah.	Penelitian terdahulu loyalitas nasabah, sedangkan peneliti mengenai minat nasabah.

Sumber: Data diolah dari penelitian terdahulu

## **B. Kajian Teori**

Pada kajian teori ini, terdapat pembahasan mengenai teori-teori yang digunakan sebagai pandangan dasar dalam melaksanakan penelitian.

### **1. Program Hadiah**

#### **a. Pengertian Program Hadiah**

Menurut Arikunto dan Jabar, pengertian "program" dapat dipahami secara umum dan secara khusus. Pengertian program secara umum adalah rencana atau rancangan kegiatan yang akan dilaksanakan. Ini mencakup tahap perencanaan awal dari suatu rangkaian kegiatan. Sedangkan pengertian program secara khusus adalah rangkaian kegiatan yang dilaksanakan secara berkesinambungan dengan jadwal waktu tertentu, dan pelaksanaannya biasanya memerlukan waktu yang cukup lama. Program juga merupakan rangkaian kegiatan yang membentuk satu sistem yang saling terkait satu sama lain dan melibatkan lebih dari satu orang untuk melaksanakannya. Artinya, program adalah suatu rangkaian tindakan yang direncanakan dan dilaksanakan secara terstruktur dan berkelanjutan untuk mencapai tujuan tertentu, dan seringkali melibatkan kerja sama antara beberapa individu atau pihak.<sup>34</sup>

Sedangkan, pengertian hadiah adalah sesuatu yang diberikan kepada seseorang tanpa meminta imbalan atau

---

<sup>34</sup> Muttaqin, *Evaluasi Program*, 20.

kompensasi langsung. Ini tidak hanya terbatas pada benda-benda fisik, tetapi juga dapat berupa uang atau pelayanan. Pemberian hadiah sering digunakan dalam masyarakat sebagai sarana untuk mempererat hubungan sosial. Selain dari pemberian langsung oleh individu, hadiah juga bisa diperoleh melalui berbagai cara, seperti memenangkan suatu kompetisi atau melalui undian. Menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia), hadiah adalah tanda penghargaan atau imbalan yang diberikan kepada seseorang, misalnya kepada pemenang dalam suatu kontes atau perlombaan.

Hadiah adalah salah satu strategi promosi penjualan yang kadang-kadang diperlukan untuk meningkatkan jumlah penjualan. Promosi penjualan mencakup pemberian insentif dalam jangka pendek untuk merangsang pembelian atau penjualan produk atau layanan. Memberikan hadiah atau penghargaan kepada konsumen atau pelanggan yang sudah setia dapat membantu meningkatkan citra dan reputasi perusahaan.<sup>35</sup>

#### **b. Tujuan Program Hadiah**

Meskipun pemberian hadiah biasanya tidak melibatkan unsur keterpaksaan dari pemberi hadiah, tidak dapat disangkal bahwa pemberian hadiah memiliki tujuan tertentu yang ingin

---

<sup>35</sup> Kotler dan Keller, *Manajemen Pemasaran*, 222.

dicapai. Gibson et al. menjelaskan bahwa tujuan utama pemberian hadiah adalah sebagai berikut:<sup>36</sup>

- 1) Menarik: Hadiah seringkali dirancang sedemikian rupa agar menarik perhatian penerima hadiah. Hal ini juga berlaku dalam konteks pemasaran produk perusahaan, di mana hadiah digunakan sebagai strategi pemasaran untuk menarik perhatian konsumen baru.
- 2) Mempertahankan: Tujuan lain dari pemberian hadiah adalah untuk mempertahankan keadaan yang menguntungkan bagi pemberi hadiah. Hadiah dapat menjadi insentif untuk menjaga status quo, terutama dalam upaya mempertahankan loyalitas konsumen agar tidak beralih ke produk dari perusahaan lain.
- 3) Memotivasi: Pemberian hadiah dapat berperan sebagai sistem insentif yang memotivasi seseorang untuk mencapai target atau prestasi tertentu. Ini melibatkan mekanisme hadiah sebagai dorongan untuk meningkatkan motivasi individu dalam mencapai tujuan. Dalam konteks manajemen perusahaan, hadiah dapat meningkatkan kualitas sumber daya manusia dengan mendorong pegawai untuk memberikan yang terbaik dalam pekerjaan mereka, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kinerja perusahaan secara keseluruhan.

---

<sup>36</sup> Suparna Wijaya dan Niwi Edellya Ridhayanti, *Pajak Penghasilan: Hadiah Mata Uang Virtual dari E-commerce* (Tangerang: Guepedia, 2021), 44-45.

### c. Sistem Pemberian Hadiah

Sistem pemberian hadiah adalah suatu proses atau metode yang digunakan untuk memberikan hadiah kepada seseorang atau sekelompok orang sebagai bentuk penghargaan, insentif, atau pengakuan atas pencapaian, kontribusi, atau tindakan tertentu. Sistem ini dapat diterapkan dalam berbagai konteks, termasuk di dalam organisasi, perusahaan, komunitas, atau bahkan dalam hubungan personal.

Ada beberapa cara dalam pemberian hadiah, salah satunya ialah pemberian hadiah langsung. Pemberian hadiah langsung merupakan praktik di mana hadiah diberikan secara langsung kepada penerima tanpa melalui tahap undian atau prosedur lainnya. Dalam konteks ini, penerima hadiah tidak perlu berpartisipasi dalam kompetisi atau proses seleksi untuk memperoleh hadiah tersebut. Praktik pemberian hadiah langsung ini seringkali dilakukan sebagai tanda penghargaan, insentif, atau sebagai bentuk apresiasi kepada individu atau kelompok tertentu. Dengan demikian, hadiah tersebut diberikan secara langsung sebagai ekspresi langsung dari keinginan untuk memberikan suatu manfaat atau kesenangan kepada penerima.

## 2. Motivasi

### a. Pengertian Motivasi

Motivasi berasal dari bahasa Latin "*movere*," yang berarti dorongan atau penggerak. Pentingnya motivasi terletak pada fakta bahwa motivasi adalah faktor yang mendorong, mengarahkan, dan mendukung perilaku manusia. Motivasi sangat penting dalam mencapai tujuan yang diinginkan, terutama dalam konteks konsumen. Berikut adalah beberapa definisi motivasi menurut beberapa ahli atau sumber yang dikutip oleh Engel et al.<sup>37</sup>

1) *American Encyclopedia*: Motivasi adalah kecenderungan dalam diri seseorang yang memicu dukungan dan tindakan. Motivasi mencakup faktor-faktor kebutuhan biologis dan emosional yang hanya dapat dilihat melalui pengamatan perilaku manusia. Ini mengacu pada dorongan internal yang mendorong individu untuk bertindak sesuai dengan kebutuhan dan emosinya.

2) Edwin B. Flippo: Motivasi adalah keterampilan dalam mengarahkan pegawai dan organisasi agar bersedia bekerja dengan hasil yang sukses, sehingga mencapai tujuan baik dari pegawai maupun organisasi. Dengan kata lain, motivasi adalah upaya untuk menggerakkan dan mengarahkan sumber daya manusia dalam mencapai tujuan organisasi dengan cara yang efektif.

---

<sup>37</sup> Nugroho J Setiadi, *Edisi Revisi Perilaku Konsumen* (Jakarta: Kencana, 2003), 25-26.

Selain itu, motivasi adalah dorongan yang timbul dalam individu, baik secara sadar maupun tidak sadar, untuk melakukan suatu tindakan dengan tujuan tertentu guna mencapai hal yang diinginkannya. Hal ini juga berkaitan dengan upaya mendapatkan kepuasan dari usaha yang dilakukan. Oleh karena itu, motivasi sering dipahami sebagai faktor yang mendukung perilaku seseorang.<sup>38</sup>

Menurut W.H. Haynes dan J.L. Massie, sebagaimana yang disebutkan dalam Manulang, menyatakan bahwa "*Motive is an internal force that compels an individual to take action.*" Pendapat ini sejalan dengan pandangan The Liang Gie yang mengatakan bahwa motif atau dorongan batin adalah suatu kekuatan internal yang menjadi pendorong seseorang untuk melakukan tindakan atau pekerjaan tertentu.<sup>39</sup>

Motif adalah dorongan kebutuhan internal dalam diri konsumen yang harus dipenuhi untuk memungkinkan konsumen beradaptasi dengan lingkungannya. Sementara itu, motivasi adalah keadaan yang mendorong konsumen untuk mencapai tujuan yang mendasari motifnya.<sup>40</sup>

---

<sup>38</sup> Hersa Farida Qoriani, "Compensation and Motivation in Improving Employee Performance PT.Romi Violeta Sidoarjo," *International Journal of Management and Bussiness Economics* 1, No. 1 (2022): 59-65.

<sup>39</sup> Vina Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik* (Bandung: Pustaka Setia, 2015), 80.

<sup>40</sup> Yuniarti, 80.

Menurut Sutrisno motivasi adalah dorongan yang mendorong seseorang untuk melakukan aktivitas tertentu. Motivasi sering dianggap sebagai pendorong perilaku seseorang dan dapat diinterpretasikan sebagai energi yang memengaruhi tingkat ketekunan dan antusiasme seseorang dalam melakukan suatu tindakan. Ini bisa berasal dari dalam diri individu itu sendiri (motivasi intrinsik) atau dari faktor-faktor eksternal (motivasi ekstrinsik). Motivasi timbul karena adanya kebutuhan yang dirasakan oleh seseorang, yang muncul karena perbedaan antara keadaan yang diharapkan dan kenyataan yang ada. Dorongan dari kebutuhan tersebut mendorong seseorang untuk mencari pemenuhan atas kebutuhan tersebut.<sup>41</sup>

#### **b. Tujuan Motivasi**

Tujuan motivasi konsumen dalam konteks pemasaran dan bisnis adalah sebagai berikut:<sup>42</sup>

- 1) Peningkatan kepuasan: Tujuan utama dari motivasi konsumen adalah meningkatkan kepuasan pelanggan, sehingga mereka merasa puas dengan produk atau layanan yang mereka beli.
- 2) Meningkatkan loyalitas: Motivasi konsumen juga bertujuan untuk mempertahankan loyalitas pelanggan, sehingga mereka terus memilih produk atau layanan dari perusahaan yang sama.

---

<sup>41</sup> Abd. Rokhim, Ahmadiono, Muhammad Rahel, "Pengaruh Motivasi Menghindari Riba, Pengetahuan Produk, Brand Image dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan menjadi Nasabah di BMT NU Area Bondowoso I Kabupaten Bondowoso," *Indonesian Journal of Islamic and Finance* 5, No. 2 (Desember 2022): 1-15.

<sup>42</sup> Setiadi, *Perilaku Konsumen*, 31.

- 3) Efisiensi: Motivasi konsumen dapat digunakan untuk menciptakan efisiensi dalam proses bisnis, seperti meningkatkan efisiensi operasional atau pengadaan produk.
- 4) Efektivitas: Tujuan lainnya adalah mencapai efektivitas dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, sehingga produk atau layanan yang disediakan benar-benar bermanfaat.
- 5) Menciptakan hubungan harmonis: Motivasi konsumen juga bertujuan untuk menciptakan hubungan yang harmonis antara produsen atau penjual dengan pembeli atau konsumen, sehingga terjalin kerjasama yang baik dan berkelanjutan.

Dengan mencapai tujuan-tujuan ini, perusahaan dapat membangun reputasi yang baik, meningkatkan pangsa pasar, dan memperoleh keuntungan yang berkelanjutan.

### **c. Faktor yang Mempengaruhi Motivasi**

Menurut Priansa berpendapat bahwa motivasi dapat dikelompokkan menjadi dua bagian, yang termasuk di dalamnya adalah:<sup>43</sup>

#### 1) Motivasi intrinsik

Motivasi intrinsik adalah dorongan yang timbul dari dalam diri konsumen itu sendiri. Dorongan ini mampu beroperasi dan berfungsi tanpa ada rangsangan eksternal. Motivasi intrinsik muncul secara alami dari individu tanpa ada tekanan eksternal,

---

<sup>43</sup> Donni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen dalam persaingan bisnis kontemporer* (Bandung: Alfabeta, 2017), 161-162.

pengaruh orang lain, atau kesadaran yang mendorong individu untuk bertindak. Beberapa faktor intrinsik yang memacu konsumen untuk membeli atau menggunakan produk termasuk:

a) Minat

Seseorang konsumen akan merasa termotivasi untuk ikut serta dalam suatu kegiatan jika kegiatan tersebut sesuai dengan minat mereka.

b) Kebutuhan

Seorang konsumen yang memiliki kebutuhan khusus akan berupaya memenuhi semua kebutuhan tersebut dengan terlibat dalam berbagai kegiatan dan aktivitas. Tidak semua konsumen memiliki motivasi intrinsik yang kuat untuk mendukung sikap dan perilaku mereka.

2) Motivasi ekstrinsik

Motivasi ekstrinsik muncul karena adanya dorongan dari luar. Dorongan ini berasal dari rangsangan atau pengaruh eksternal yang memotivasi seseorang untuk melakukan sesuatu. Beberapa faktor yang memengaruhi motivasi ekstrinsik konsumen meliputi:

a) Motivator

Pengaruh dari luar, seperti kehadiran seseorang yang mendorong orang lain untuk melakukan sesuatu, dapat

menjadi salah satu contoh dari faktor yang mempengaruhi motivasi ekstrinsik konsumen.

b) Stimulus

Stimulus merujuk pada informasi atau rangsangan yang dapat dirasakan oleh panca indera. Sebagai contoh, stimulus yang diberikan oleh sebuah perusahaan dapat memberikan inspirasi pada sikap dan perilaku konsumen.

Dengan demikian, dapat ditarik kesimpulan bahwa keputusan seseorang untuk membeli suatu produk atau jasa secara alami akan dipengaruhi oleh baik motivasi intrinsik maupun motivasi ekstrinsik.

**d. Bentuk Pemberian Motivasi**

Perusahaan menggunakan beragam metode atau pendekatan dalam memberikan dorongan atau motivasi kepada karyawan, diantaranya:<sup>44</sup>

1) Metode langsung

Motivasi langsung adalah bentuk motivasi yang diberikan secara khusus kepada konsumen dengan tujuan memenuhi kebutuhan dan meningkatkan kepuasan mereka. Ini bisa berupa insentif seperti bonus, tunjangan, penghargaan khusus kepada pelanggan, dan hal serupa.

---

<sup>44</sup> Setiadi, 37.

## 2) Metode tidak langsung

Metode tidak langsung adalah cara motivasi yang memberikan dukungan dan mendorong minat konsumen dalam melakukan pembelian, tetapi tidak bersifat materiil. Ini mencakup pelayanan yang memuaskan, peningkatan kualitas produk, dan faktor-faktor lain yang meningkatkan kepuasan konsumen dan mendukung keputusan pembelian mereka.

## 3. Minat Nasabah

### a. Pengertian Minat Nasabah

Minat adalah kecenderungan yang membuat seseorang merasa tertarik pada subjek atau hal tertentu dan merasa senang terlibat dalam hal tersebut. Rasa senang yang muncul dapat memperkuat minat tersebut, diperkuat oleh sikap positif yang sama terhadapnya.<sup>45</sup>

Menurut Profesor Dr. Iskandar Wasid, minat adalah gabungan antara keinginan dan niat yang dapat mengalami perkembangan. Minat merupakan salah satu faktor yang memiliki dampak yang signifikan dalam memengaruhi pilihan nasabah dalam hal menabung. Ada tiga aspek utama yang terkait dengan minat. Pertama, itu adalah sikap yang mampu menarik perhatian seseorang secara selektif terhadap suatu objek tertentu. Seseorang yang sedang memfokuskan perhatiannya akan sepenuhnya

---

<sup>45</sup> Winkle WS, *Psikologi dan Evaluasi Belajar* (Jakarta: Gramedia, 2008), 30.

mengalihkan segala aktivitas dan konsentrasinya pada objek yang sedang diamati, sambil mengabaikan hal-hal lain yang dianggapnya kurang relevan. Fokus perhatian ini harus berakar pada inti kesadaran.

Kedua, minat adalah perasaan bahwa aktivitas dan ketertarikan terhadap objek tertentu memiliki nilai yang tinggi bagi individu. Minat adalah dorongan batin yang memandu seseorang untuk mengarahkan perhatian dan aktivitasnya ke suatu objek karena adanya ketertarikan dan kesadaran bahwa tindakan tersebut diperlukan untuk mencapai suatu tujuan. Ketiga, minat juga merupakan bagian dari dorongan atau kesiapan yang mendorong individu menuju suatu tujuan atau arah tertentu.

Menurut Donni Juni Priansa, minat adalah ketika seseorang secara intensif memusatkan perhatiannya pada suatu barang atau objek tertentu. Minat ini sering kali disertai dengan perasaan senang terhadap barang tersebut. Ketika minat individu terhadap barang tersebut tumbuh, hal ini dapat memunculkan keinginan untuk memiliki barang tersebut. Dan, pada akhirnya, individu tersebut meyakini bahwa barang tersebut memiliki manfaat, sehingga ia ingin memilikinya dengan cara membayar atau menukarkannya dengan uang.<sup>46</sup>

---

<sup>46</sup> Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah dan Teori ke Praktik* (Jakarta: Gema Insani, 2001), 164.

Sedangkan, pengertian nasabah menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia), nasabah adalah seseorang yang secara reguler berinteraksi atau menggunakan layanan keuangan dari sebuah bank, dapat berupa individu atau entitas, dan memiliki status sebagai pelanggan dalam konteks keuangan.<sup>47</sup> Menurut Tjiptono, pengertian nasabah adalah setiap orang yang membeli dan menggunakan produk atau jasa perusahaan.<sup>48</sup>

Nasabah merujuk kepada individu yang memiliki keterkaitan atau melakukan transaksi secara reguler dan berkelanjutan dalam jangka waktu yang signifikan. Dalam konteks perbankan, nasabah dapat dibedakan menjadi dua kategori, yaitu debitur dan kreditur.<sup>49</sup>

Menurut kamus perbankan, nasabah didefinisikan sebagai orang atau badan yang memiliki rekening simpanan atau pinjaman pada bank. Arti dari nasabah dalam lembaga perbankan sangat signifikan. Nasabah dapat diibaratkan sebagai "nafas" yang berpengaruh besar terhadap kelangsungan operasional sebuah bank. Karena itu, bank harus memiliki kemampuan untuk menarik sebanyak mungkin nasabah, sehingga dana yang terkumpul dari nasabah tersebut dapat diinvestasikan oleh bank dan kemudian

---

<sup>47</sup> Tim Penyusun, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, 775.

<sup>48</sup> Dwi Perwitasari Wiryaningtyas, "Pengaruh Keputusan Nasabah Dalam Pengambilan Kredit Pada Bank Kredit Desa Kabupaten Jember," *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Growth* 14, No. 2 (November 2016): 50.

<sup>49</sup> Nadia Azalia Putri et al., "Implementasi Pelayanan Dan Administrasi Dalam Usaha Meningkatkan Kepuasan Nasabah Pada BPR Nusamba Rambipuji Kabupaten Jember," *Journal Of Indonesian Social Society* 1, No. 2 (Juni 2023): 43-48.

disalurkan kembali kepada masyarakat yang membutuhkan bantuan perbankan.

Dari pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa minat nasabah adalah kecenderungan atau ketertarikan yang dimiliki oleh seorang nasabah terhadap produk atau layanan yang disediakan oleh sebuah lembaga perbankan. Minat nasabah mencakup rasa senang atau ketertarikan terhadap produk atau layanan tersebut, dan dapat dipengaruhi oleh keinginan, niat, atau perasaan positif terhadap objek atau aktivitas perbankan tertentu. Minat nasabah juga dapat memainkan peran penting dalam memengaruhi pilihan nasabah terkait dengan menabung atau menggunakan layanan perbankan tertentu.

#### **b. Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah**

##### **1) Faktor Psikologis**

Sikap dan kepercayaan memiliki dampak psikologis yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Sikap adalah kecenderungan yang telah dipelajari untuk merespons penawaran produk dalam situasi dan kondisi tertentu dengan konsistensi. Sikap dapat memengaruhi tingkat kepercayaan, dan sebaliknya, tingkat kepercayaan juga memengaruhi sikap. Sementara itu, kepribadian juga merupakan faktor psikologis yang memengaruhi perilaku konsumen. Kepribadian adalah

pola individu dalam menanggapi stimulus yang berasal dari lingkungannya, termasuk opini, minat, dan inisiatif.<sup>50</sup>

Pembelajaran juga memiliki peran penting dalam perubahan perilaku konsumen. Seorang individu atau konsumen dianggap telah belajar ketika terjadi perubahan positif yang relatif permanen dalam tiga aspek, yaitu pengetahuan (*kognitif*), perasaan (*afektif*), dan keterampilan (*psikomotor*). Konsumen bisa belajar dari pengalaman mereka sendiri atau pengalaman orang lain. Setelah membeli dan mengonsumsi produk, konsumen akan mengalami rasa puas atau tidak puas. Jika merasa puas, kemungkinan besar mereka akan melakukan pembelian ulang di waktu berikutnya. Sebaliknya, jika tidak puas, mereka cenderung enggan untuk melakukan pembelian kembali.

## 2) Faktor Situasional

Faktor situasional melibatkan aspek-aspek tertentu yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Hal ini termasuk keadaan sarana dan prasarana tempat berbelanja, waktu saat berbelanja, penggunaan produk, dan kondisi emosi saat pembelian.<sup>51</sup>

Keadaan sarana dan prasarana tempat berbelanja mencakup berbagai elemen seperti ketersediaan tempat parkir, kondisi

---

<sup>50</sup> Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis* (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2020), 24.

<sup>51</sup> Sangadji dan Sopiah, 25.

gedung, tampilan eksterior dan interior bank, sistem pendingin udara, tingkat pencahayaan, serta aspek lainnya seperti keberadaan tempat ibadah, dan sebagainya.

Di samping itu, kualitas layanan juga berdampak pada ketertarikan nasabah. Ketika disajikan dengan layanan yang memuaskan dan menyenangkan, hal itu akan menciptakan kesan positif bagi pelanggan. Tentunya, hal ini mampu menarik perhatian konsumen untuk memanfaatkan layanan, produk, atau jasa yang disediakan.<sup>52</sup>

### 3) Faktor Sosial

#### a) Keluarga

Anggota keluarga merupakan kelompok primer yang memiliki pengaruh terbesar. Keluarga orientasi, yang terdiri dari orang tua seseorang, adalah sumber utama bagi individu dalam membentuk pandangan mereka terkait agama, politik, ekonomi, serta pemahaman mengenai ambisi pribadi, penghargaan, dan cinta. Di sisi lain, pengaruh yang lebih langsung pada keputusan pembelian sehari-hari berkaitan dengan keluarga prokreasi, yaitu pasangan hidup (suami/istri) dan anak-anaknya.

---

<sup>52</sup> Devi Hardianti Rukmana , M. Rosi, Bahrur Rosi, “Strategi Pemasaran dan Pelayanan BPR Nusamba dalam Meningkatkan Nasabah,” *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital* 1, No. 03 (Januari-Maret 2024): 612.

b) Gaya hidup

Dalam konteks ekonomi, gaya hidup merujuk pada cara individu mengalokasikan pendapatan mereka dan pola konsumsinya. Ini mencakup bagaimana mereka memilih untuk menghabiskan uang mereka, termasuk apa yang mereka beli, di mana mereka menghabiskan uang itu, dan bagaimana mereka mengelola aset serta kewajiban keuangan mereka.

c) Budaya

Budaya adalah faktor yang memengaruhi cara konsumen berperilaku, yang tercermin dalam gaya hidup, kebiasaan, dan tradisi yang mempengaruhi pilihan mereka terkait berbagai produk dan layanan yang tersedia. Menurut Engel keanekaragaman dalam budaya suatu wilayah akan membentuk variasi dalam perilaku konsumen. Dalam proses sosialisasi yang terjadi di dalam suatu masyarakat, budaya merujuk pada sekelompok nilai, ide, benda-benda budaya, serta simbol-simbol bermakna lain yang membantu individu berkomunikasi, menginterpretasikan, dan mengevaluasi sebagai bagian dari komunitas tersebut.<sup>53</sup>

---

<sup>53</sup> Sangadji dan Sopiah, 47.

d) Kelas sosial

Kelas sosial adalah kelompok dalam masyarakat yang memiliki kesamaan dan konsistensi relatif dalam nilai-nilai, minat, dan perilaku mereka. Kelas sosial ini terstruktur secara hierarkis, dan anggotanya cenderung memiliki kesamaan dalam hal karakteristik tersebut.<sup>54</sup>

#### 4. Tabungan Suka-Suka Extra

##### a. Pengertian Tabungan

Tabungan merupakan bentuk penyimpanan dana yang didasarkan pada prinsip *wadiah* atau investasi berdasarkan prinsip *mudharabah* atau akad lain yang sesuai dengan syariah. Penarikan dana hanya dapat dilakukan sesuai dengan syarat dan ketentuan yang disepakati, namun tidak melalui cek, bilyet giro, atau instrumen serupa.<sup>55</sup>

Menurut Abdul Ghofur, tabungan adalah bentuk simpanan yang hanya dapat ditarik sesuai dengan ketentuan yang telah disepakati, namun tidak bisa ditarik melalui cek, bilyet giro, atau alat serupa. Nasabah yang ingin menarik simpanannya harus langsung datang ke bank dengan membawa buku tabungan dan slip penarikan, atau menggunakan fasilitas ATM. Dalam produk ini, terdapat penerapan dua prinsip perjanjian Islam, yaitu *wadiah* dan *mudharabah*. Pilihan antara kedua produk ini tergantung pada

<sup>54</sup> Damiati et al., *Perilaku Konsumen* (Depok: PT. Raja Grafindo Persada, 2017), 123.

<sup>55</sup> Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah* (Jakarta: Kencana, 2009), 71.

motif nasabah. Jika hanya ingin menyimpan, maka tabungan *wadiah* dapat dipilih, namun jika ingin mencari keuntungan atau berinvestasi, tabungan *mudharabah* lebih sesuai.<sup>56</sup>

#### **b. Landasan Hukum Tabungan**

Dasar hukum untuk produk perbankan syariah seperti tabungan di Indonesia tercantum dalam Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang perubahan atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang perbankan. Selain itu, prinsip-prinsip ini juga diatur dalam Pasal 36 huruf a poin 2 Peraturan Bank Indonesia Nomor 6/24/PBI/2004 tentang bank umum yang menjalankan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah. Isinya menegaskan bahwa bank harus mengimplementasikan prinsip-prinsip syariah dan kehati-hatian dalam kegiatan usahanya, termasuk dalam penghimpunan dana dari masyarakat melalui produk seperti tabungan yang didasarkan pada prinsip *wadiah* dan/atau *mudharabah*.<sup>57</sup>

#### **c. Tabungan Suka-Suka Extra**

Program tabungan suka-suka ekstra merupakan salah satu program tabungan yang ditawarkan oleh Bank Mega Syariah. Dalam program ini, nasabah dapat menempatkan dana mereka dalam jumlah tertentu dan untuk jangka waktu yang telah ditentukan. Keistimewaan dari program ini adalah kesempatan

---

<sup>56</sup> Abdul Ghofur Ansori, *Perbankan Syariah di Indonesia* (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2009), 87.

<sup>57</sup> Ansori, 89.

untuk memperoleh berbagai hadiah menarik sebagai imbalan atas partisipasi dalam program tersebut.<sup>58</sup>

Semakin besar jumlah dan periode waktu penempatan dana yang dipilih oleh nasabah, semakin besar pula nilai hadiah yang dapat mereka peroleh. Dengan demikian, program tabungan sukasuka ekstra tidak hanya memberikan manfaat finansial melalui akumulasi dana, tetapi juga memberikan nilai tambah berupa hadiah-hadiah yang menggiurkan. Hal ini tentunya menjadi daya tarik tersendiri bagi nasabah untuk aktif berpartisipasi dalam program ini guna meraih manfaat yang lebih besar. Adapun syarat dan ketentuannya, yaitu:

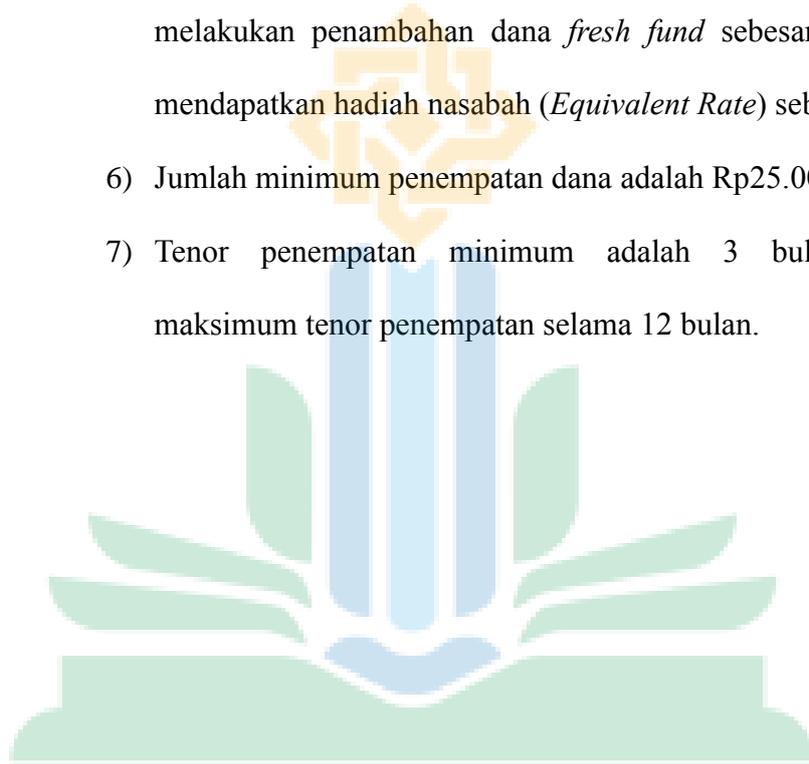
- 1) Nasabah wajib mengisi formulir pendaftaran secara lengkap dan akurat.
- 2) Program berlaku baik untuk nasabah baru (*New To Bank/NTB*) maupun nasabah yang telah menjadi nasabah sebelumnya (*Existing*).
- 3) Untuk nasabah yang melakukan *roll over* atau menggunakan dana mengendap, wajib melakukan penambahan dana *fresh fund* minimal 10% dari jumlah nominal dana penempatan.
- 4) Nasabah yang merupakan nasabah *existing* dan tidak melakukan penambahan dana *fresh fund* sebesar 10% akan

---

<sup>58</sup> Bank Mega Syariah, "Produk Bank Mega Syariah," diakses 23 Januari 2024, <https://www.megasyariah.co.id/id/>.

mengalami penurunan hadiah nasabah (*Equivalent Rate*) sebesar 1 tingkat.

- 5) Nasabah yang melakukan *roll over* dengan penempatan dana antara Rp25 juta hingga kurang dari Rp50 juta dan tidak melakukan penambahan dana *fresh fund* sebesar 10%, akan mendapatkan hadiah nasabah (*Equivalent Rate*) sebesar 3.25%.
- 6) Jumlah minimum penempatan dana adalah Rp25.000.000,-.
- 7) Tenor penempatan minimum adalah 3 bulan, dengan maksimum tenor penempatan selama 12 bulan.



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

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Metode penelitian pada dasarnya merupakan suatu pendekatan ilmiah yang digunakan untuk mengumpulkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Dalam konteks ini, ada empat konsep kunci yang perlu diperhatikan, yaitu pendekatan ilmiah, data, tujuan, dan manfaat. Pendekatan ilmiah mengacu pada pendekatan penelitian yang berlandaskan pada karakteristik ilmiah, seperti logis, berdasarkan bukti empiris, dan disusun secara sistematis.<sup>59</sup>

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif adalah suatu metode yang digunakan untuk menginvestigasi populasi atau sampel tertentu, dengan pengumpulan data melalui instrumen penelitian, analisis data yang bersifat statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya. Pemahaman yang berkembang di kalangan peneliti kuantitatif adalah bahwa peneliti dapat dengan sengaja mempengaruhi lingkungan sekitarnya melalui eksperimen.

#### B. Populasi dan Sampel

##### 1. Populasi

Populasi merujuk pada domain generalisasi yang mencakup berbagai obyek atau subyek yang memiliki kualitas dan karakteristik

---

<sup>59</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2013), 2.

tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk menjadi subjek penelitian dan kemudian digunakan untuk membuat kesimpulan. Oleh karena itu, populasi tidak hanya terbatas pada manusia, tetapi juga mencakup obyek dan entitas alam lainnya. Selain itu, populasi juga tidak hanya berkaitan dengan jumlah individu dalam obyek atau subyek yang sedang diteliti, melainkan mencakup semua karakteristik dan sifat yang dimiliki oleh obyek atau subyek tersebut.<sup>60</sup> Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah nasabah di Bank Mega Syariah KCP Jember yang menggunakan produk Tabungan Suka-Suka Extra. Nasabah yang menggunakan produk Tabungan Suka-Suka Extra berjumlah sekitar 679 orang.

**Tabel 3. 1**  
**Jumlah Nasabah Tabungan Suka-Suka Extra**

Bulan	Nasabah
Januari	54
Februari	103
Maret	121
April	124
Mei	139
Juni	138
<b>Jumlah</b>	<b>679</b>

Sumber: data diolah, 2024

## 2. Sampel

Sampel merupakan sebagian kecil dari jumlah individu dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang sedang diteliti.<sup>61</sup> Dalam penelitian ini, metode pengambilan sampel yang diterapkan adalah *non-probability sampling*. *Non-probability sampling* adalah metode

<sup>60</sup> Sugiyono, 80

<sup>61</sup> Sugiyono, 81.

pengambilan sampel di mana tidak semua elemen atau individu dalam populasi memiliki peluang yang sama untuk terpilih sebagai bagian dari sampel.<sup>62</sup>

Penentuan sampel pada penelitian ini menggunakan rumus slovin.

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

Keterangan :

n = Jumlah sampel

N = Total populasi

e = Tingkat kesalahan dalam pengambilan sampel

Rumus Slovin yang memperhitungkan tingkat kesalahan digunakan untuk menentukan ukuran sampel dalam penelitian ini. Semakin tinggi tingkat kesalahan yang diperbolehkan, semakin kecil ukuran sampel yang dibutuhkan. Oleh karena itu, peneliti memilih untuk menggunakan tingkat kesalahan sebesar 10%, dengan populasi yang terdiri dari 679 nasabah.

$$n = \frac{679}{1 + 679 \times (0,10)^2}$$

$$n = \frac{679}{1 + 679 \times 0,01}$$

$$n = \frac{679}{1 + 6,79}$$

$$n = \frac{679}{7,79}$$

$$n = 87,16$$

Berdasarkan rumus slovin di atas, maka sampel yang digunakan sekitar 87,16 yang dapat dibulatkan menjadi 87 responden.

---

<sup>62</sup> Sugiyono, 218.

### C. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah prosedur yang sistematis dan standar untuk mendapatkan data yang diperlukan. Dalam hal teknik pengumpulan data, ada beberapa pendekatan yang dapat digunakan, seperti wawancara, kuesioner (angket), pengamatan (observasi), atau gabungan dari ketiganya.<sup>63</sup> Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner.

Kuesioner (angket), kuesioner adalah metode pengumpulan data yang melibatkan penyampaian serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden dengan tujuan mendapatkan jawaban dari responden. Kuesioner menjadi teknik yang efisien ketika peneliti memiliki pemahaman yang jelas tentang variabel yang akan diukur dan memiliki ekspektasi yang terdefinisi dengan baik terkait dengan respons yang diharapkan dari responden.<sup>64</sup> Pengisian kuesioner dalam penelitian ini menggunakan link *google form*. Ketika ada nasabah tabungan suka-suka extra yang menabung, pengisian kuesioner dilakukan melalui link *google form* oleh *customer service*.

Kuesioner diberikan kepada responden sebagai sampel penelitian yang dipilih berdasarkan pertimbangan khusus melalui metode pengambilan sampel non-probabilitas dengan tipe *purposive sampling*. Beberapa faktor yang menjadi dasar dalam pemilihan sampel meliputi: 1) Nasabah Bank Mega Syariah KCP Jember yang menggunakan produk Tabungan Suka-Suka Extra, 2) Lama nya menabung sekitar kurang lebih 6 bulan.

---

<sup>63</sup> Sugiyono, 137.

<sup>64</sup> Sugiyono, 142.

## D. Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif, analisis data adalah langkah yang dilakukan setelah mengumpulkan data dari semua responden. Dalam proses analisis data, tindakan yang dilakukan mencakup pengelompokan data berdasarkan variabel dan jenis responden, melakukan tabulasi data berdasarkan variabel dari semua responden, menyajikan data untuk setiap variabel yang sedang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab pertanyaan penelitian, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan skala likert, skala likert digunakan untuk mengevaluasi sikap, pendapat, dan persepsi terhadap fenomena sosial tertentu.<sup>65</sup> Penilaian skala likert menggunakan 5 skor, yaitu:

**Tabel 3. 2**  
**Skala Likert**

Jawaban	Simbol	Skor/Nilai
Sangat Setuju	SS	5
Setuju	S	4
Ragu	R	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber: data diolah, 2024

Sebagai tambahan, dalam penelitian ini digunakan alat uji analisis sebagai berikut:

### 1. Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengevaluasi sejauh mana suatu instrumen dapat dianggap valid dalam mengukur variabel yang dituju. Tingkat validitas yang tinggi menunjukkan bahwa instrumen tersebut

---

<sup>65</sup> Sugiyono, 93.

dapat diandalkan dan dapat dianggap mewakili dengan baik variabel yang sedang diukur, sesuai dengan tujuan penelitian. Sebaliknya, jika nilai validitas rendah, maka instrumen tersebut dianggap kurang dapat dipercaya dan tidak sepenuhnya mencerminkan variabel yang sedang diteliti.<sup>66</sup>

## 2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas (keandalan) adalah sebuah ukuran yang mengindikasikan sejauh mana suatu instrumen pengukuran, seperti kuesioner, mampu memberikan hasil yang konsisten dan stabil ketika digunakan untuk mengukur suatu konstruk atau dimensi tertentu. Uji reliabilitas dapat dilakukan terhadap seluruh butir pertanyaan yang ada dalam kuesioner. Jika nilai Alpha  $> 0,60$ , maka kuesioner dianggap reliabel. Artinya, kuesioner tersebut memberikan hasil yang konsisten dan dapat dipercaya dalam mengukur konstruk yang diuji.<sup>67</sup>

## 3. Uji Asumsi Klasik

Tujuan pengujian asumsi klasik ini adalah untuk memastikan bahwa persamaan regresi yang digunakan memiliki akurasi dalam estimasinya, tidak mengalami bias, dan tetap konsisten.<sup>68</sup> Beberapa pengujian asumsi klasik yang akan kita bahas meliputi:

---

<sup>66</sup> Aminatus Zahriyah et al., *Ekonometrika Teknik dan Aplikasi SPSS* (Jember: Mandala Press, 2021), 114.

<sup>67</sup> Wiratna Sujarweni, *SPSS untuk Paramedis* (Yogyakarta: Penerbit Gava Media, 2012), 172.

<sup>68</sup> Ce Gunawan, *Mahir Menguasai SPSS* (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2019), 118.

### a. Uji Normalitas

Uji Normalitas adalah suatu prosedur yang digunakan untuk mengevaluasi apakah data dalam sebuah kelompok data atau variabel mengikuti distribusi normal atau tidak. Tujuannya adalah untuk menentukan sejauh mana data tersebut sesuai dengan pola distribusi normal. Uji Normalitas berguna untuk mengidentifikasi apakah data yang telah dikumpulkan mengikuti distribusi normal atau berasal dari populasi dengan distribusi normal. Metode klasik untuk menguji normalitas data relatif sederhana. Berdasarkan pengalaman empiris beberapa ahli statistik, jika jumlah data lebih dari 30 observasi ( $n > 30$ ), seringkali kita dapat mengasumsikan bahwa data tersebut mengikuti distribusi normal. Ini sering disebut sebagai sampel besar.<sup>69</sup>

Dalam uji normalitas, kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai signifikansi (sig.) lebih besar dari 0,05, maka dianggap memiliki distribusi normal.
- 2) Jika nilai signifikansi (sig.) kurang dari 0,05, maka dianggap tidak memiliki distribusi normal.

### b. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas digunakan untuk menilai apakah terdapat kesamaan atau keterkaitan antara variabel independen dalam suatu model statistik. Keterkaitan antara variabel independen ini dapat

---

<sup>69</sup> Anwar Hidayat, "Uji Normalitas dan Metode Perhitungan (Penjelasan Lengkap)," Statistikian Online. <https://www.statistikian.com>.

menghasilkan korelasi yang sangat kuat di antara mereka. Uji ini juga berguna untuk menghindari bias dalam proses pengambilan keputusan tentang pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen dalam analisis statistik. Ketika hasil *Variance Inflation Factor* (VIF) berada dalam rentang 1-10, ini menunjukkan bahwa tidak ada masalah multikolinearitas yang signifikan dalam model tersebut.<sup>70</sup>

### c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas memiliki tujuan untuk memeriksa apakah terdapat variasi yang tidak konsisten dalam residual antar pengamatan dalam model regresi. Dalam konteks regresi yang baik, tidak ada tanda-tanda heteroskedastisitas. Salah satu cara untuk menguji hal ini adalah dengan menggunakan metode Uji Park dan Uji Grafik Plot. Dalam Uji Park, jika tingkat signifikansi melebihi nilai 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada heteroskedastisitas. Dalam Uji Grafik Plot, jika grafik *scatterplot* menunjukkan bahwa titik-titik tersebar secara acak dan merata di atas dan di bawah nilai 0 pada sumbu Y, maka dapat dianggap bahwa tidak ada tanda-tanda heteroskedastisitas dalam model regresi.<sup>71</sup>

---

<sup>70</sup> Wiratna Sujarweni, *SPSS untuk Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), 185.

<sup>71</sup> Muhammad Uyun dan Baquandi Lutvi Yoseanto, *Pengantar Metode Penelitian Kuantitatif* (Yogyakarta: Deepublish, 2022), 131.

#### 4. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda adalah suatu metode statistik yang digunakan untuk mengevaluasi dan menguji sejauh mana variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Dalam penelitian ini, kita akan menguji pengaruh dari dua variabel independen, yakni program hadiah dan tingkat motivasi, terhadap variabel dependen, yakni minat nasabah. Dengan rumus ekonometrika sebagai berikut:<sup>72</sup>

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

Keterangan:

Y = Minat Nasabah

X1 = Program Hadiah

X2 = Motivasi

$\alpha$  = Konstanta

$\beta_1$  dan  $\beta_2$  = Koefisien

e = *Error Term*

#### 5. Uji Hipotesis

##### a. Uji Signifikan Parsial (Uji T)

Uji t pada dasarnya mengukur sejauh mana pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menjelaskan variabel dependen.<sup>73</sup>

Dalam konteks penelitian ini, hipotesis yang digunakan adalah sebagai berikut:

<sup>72</sup> Sujarweni, *SPSS untuk Paramedis*, 91.

<sup>73</sup> Hasan Aedy dan Mahmudin, *Metodologi Penelitian Teori dan Aplikasi* (Sleman: CV Budi Utama, 2017), 116.

$H_0$  : variabel independen (program hadiah dan motivasi) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu minat nasabah.

$H_a$  : variabel independen (program hadiah dan motivasi) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu minat nasabah.

Dasar pengambilan keputusannya menggunakan angka probabilitas signifikansi, yaitu:

- a) Jika probabilitas  $t > 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak
- b) Jika probabilitas  $t < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima

#### **b. Uji Signifikan Simultan (Uji F)**

Uji F pada dasarnya digunakan untuk menguji apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan ke dalam model memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau variabel terikat.<sup>74</sup>

#### **c. Koefisien Determinan ( $R^2$ )**

Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) pada dasarnya mengukur sejauh mana kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Nilai  $R^2$  berkisar antara 0 hingga 1. Jika nilai  $R^2$  rendah, hal ini menunjukkan bahwa variabel-variabel independen memiliki kemampuan yang terbatas dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Sebaliknya, jika nilai  $R^2$  mendekati 1, ini mengindikasikan bahwa variabel-variabel independen memberikan hampir semua

---

<sup>74</sup> Aedy dan Mahmudin, 116.

informasi yang diperlukan untuk memprediksi variasi variabel dependen.<sup>75</sup>



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

---

<sup>75</sup> Zahriyah et al., *Ekonometrika Teknik dan Aplikasi SPSS*, 61.

## BAB IV

### PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

#### A. Gambaran Obyek Penelitian

##### 1. Sejarah Bank Mega Syariah

Pada awalnya dikenal sebagai PT Bank Umum Tugu (Bank Tugu), yaitu bank umum yang didirikan pada 14 Juli 1990 kemudian diakuisisi oleh PT Mega Corpora (d/h PT Para Global Investindo) dan PT Para Rekan Investama pada 2001. Akuisisi ini diikuti dengan perubahan kegiatan usaha pada tanggal 27 Juli 2004 yang semula bank umum konvensional menjadi bank umum syariah dengan nama PT Bank Syariah Mega Indonesia (BSMI) serta dilakukan perubahan logo untuk meningkatkan citranya di Masyarakat sebagai Lembaga keuangan syariah yang terpercaya.

Pada tanggal 25 Agustus 2004, BSMI resmi beroperasi. Hampir tiga tahun kemudian, pada 7 November 2007, pemegang saham memutuskan untuk melakukan perubahan logo BSMI sehingga lebih menunjukkan identitas sebagai bagian dari grup Mega Corpora. Sejak 2 November 2010 hingga saat ini, bank dikenal sebagai PT Bank Mega Syariah.

Sejak 16 Oktober 2008, Bank Mega Syariah telah memperoleh ijin untuk beroperasi sebagai bank devisa. Dengan status tersebut, bank dapat melakukan transaksi devisa dan terlibat dalam perdagangan

internasional. Artinya, status itu juga telah memperluas jangkauan bisnis bank, sehingga tidak hanya menjangkau ranah domestik, tetapi juga ranah internasional. Strategi perluasan pasar dan status bank devisa itu akhirnya semakin memantapkan posisi Bank Mega Syariah sebagai salah satu bank umum syariah terdepan di Indonesia.

Bank Mega Syariah KCP Jember dibuka pada 20 Desember 2008, bisnis yang dibuka pertama kali yaitu bisnis mikro. Lokasi Bank Mega Syariah KCP Jember terletak pada jalan Hayam Wuruk No.57, Gerdu Sempusari, Kecamatan Kaliwates, Kabupaten Jember.

Pada tanggal 8 April 2009, Bank Mega Syariah memperoleh izin dari Kementerian Agama RI sebagai bank penerima setoran biaya penyelenggaraan ibadah haji (BPS BPIH). Dengan demikian, bank ini merupakan bank umum kedelapan yang tercatat sebagai BPS BPIH yang tersambung secara online dengan Sistem Komputerisasi Haji Terpadu (Siskohat) Kementerian Agama RI. Izin itu menjadi landasan baru bagi Bank Mega Syariah untuk semakin melengkapi kebutuhan perbankan syariah bagi umat di Indonesia.

Selain itu, sejak tahun 2018 Bank Mega Syariah telah ditunjuk sebagai Bank Penerimaan, Bank Penempatan dan Bank Mitra Investasi oleh Badan Pengelola Keuangan Haji (BPKH). Dan selanjutnya di tahun 2019, BPKH mempercayakan Bank Mega Syariah untuk menjadi salah satu Bank Likuiditas yang menjadi partner BPKH selaku penanggung jawab pengelolaan dana haji di Indonesia.

Pada tahun 2013, untuk semakin memperkokoh posisi Bank Mega Syariah sebagai salah satu bank syariah terdepan di Indonesia, maka bank melakukan relokasi kantor pusat dari Menara Bank Mega ke Menara Mega Syariah.

## 2. Visi dan Misi Perusahaan

### a. Visi Bank Mega Syariah

Tumbuh dan Sejahtera Bersama Bangsa

### b. Misi Bank Mega Syariah

- 1) Bertekad mengembangkan perekonomian syariah melalui sinergi dengan semua pemangku kepentingan.
- 2) Menebarkan nilai-nilai kebaikan yang islami dan manfaat bersama sebagai wujud komitmen dalam berkarya dan beramal.
- 3) Senantiasa meningkatkan kecakapan diri dan berinovasi mengembangkan produk serta layanan terbaik yang sesuai dengan kebutuhan Masyarakat.

### c. Nilai Perusahaan

Budaya perusahaan tercermin pada nilai-nilai budaya *Integrity, synergy, dan excellent*

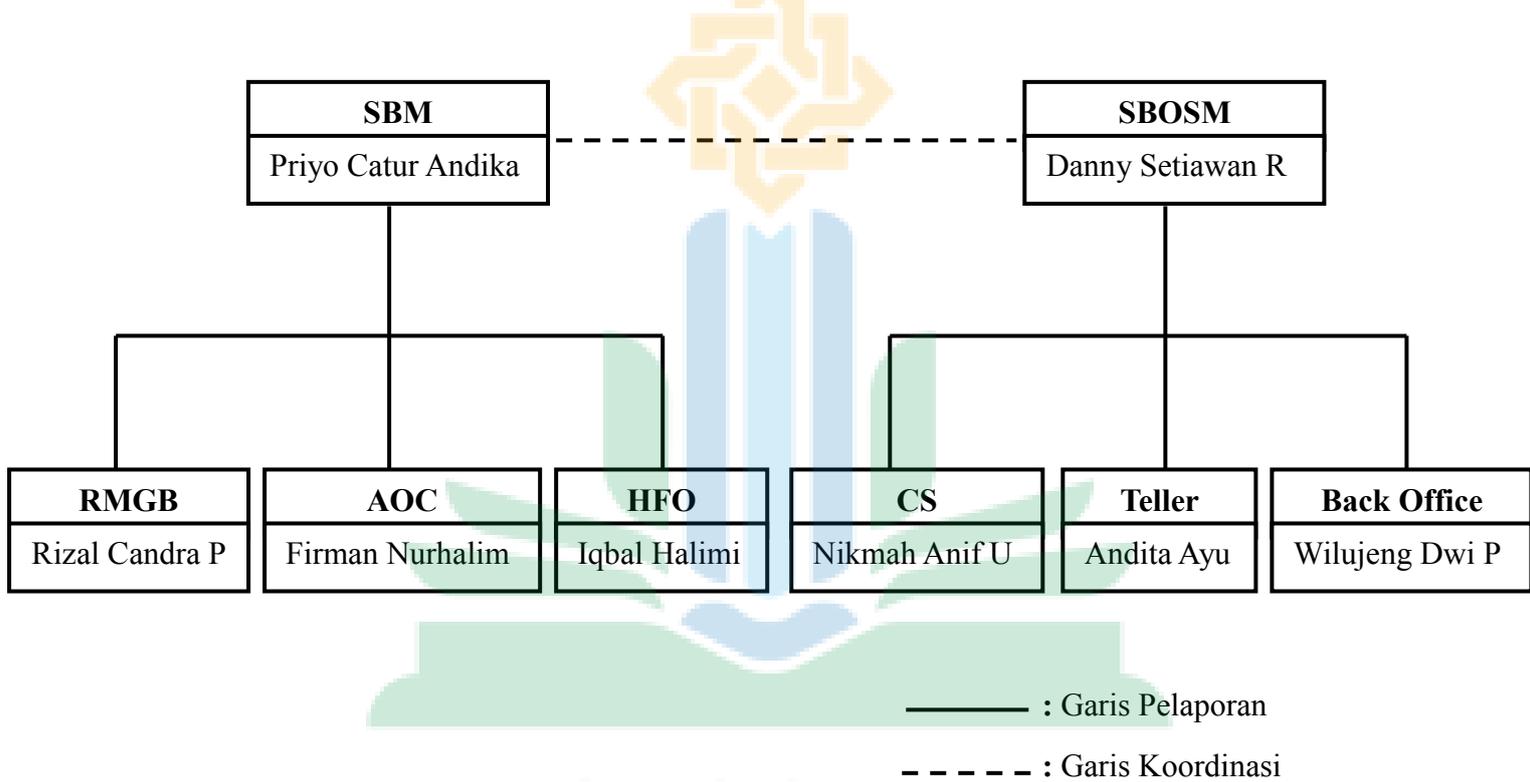
- 1) *Integrity* bermakna bertindak dengan benar karena yakin selalu berada dalam pengawasan-Nya.
- 2) *Synergy* bermakna menyatukan kekuatan untuk mencapai hasil yang lebih baik.

- 3) *Excellence* bermakna selalu berkarya sepenuh hati untuk memberikan yang terbaik.

### 3. Struktur Organisasi Bank Mega Syariah KCP Jember

Struktur Organisasi pada Bank Mega Syariah KCP Jember

Gambar 4. 1 Struktur Organisasi



### 4. Tujuan dan Tanggung Jawab Masing-Masing Jabatan pada Bank Mega Syariah KCP Jember

#### a. Sub Branch Manager (SBM)

SBM tugas utamanya adalah mengatur cabang di operasional maupun non operasional, dalam melaksanakan tugas pokoknya SBM mempunyai fungsi :

- a) Mengelola pelaksanaan sistem dan prosedur bidang pemasaran, perkreditan, dan jasa bank.
  - b) Mengelola pemasaran produk jasa.
  - c) Memasarkan kredit kepada nasabah.
  - d) Memproses permohonan dan mengelola kredit, garansi bank dan dukungan bank.
  - e) Mengambil keputusan apapun yang dihadapi cabang.
  - f) Memasarkan dana dan jasa bank kepada nasabah prima.
- b. *Relationship Manager General Banking* (RMGB)

Tugas dan tanggung jawab *Relationship Manager General Banking* Bank Mega Syariah sebagai berikut:

- a) Bertanggung jawab dalam memasarkan produk kredit komersial atau retail.
- b) Mampu membuat profil kredit / MAK termasuk analisis keuangan, perusahaan dan retail.
- c) Memelihara semua proses kredit sesuai SOP, kebijakan BI/OJK.
- d) Menjaga hubungan baik dengan nasabah untuk memperluas jaringan bisnis.

- c. *Account Officer* (AOC)

Tugas dan tanggung jawab *Account Officer* Bank Mega Syariah sebagai berikut:

- a) Mengenalkan produk kepada nasabah seperti KPR, Kredit, deposito.
- b) Menjelaskan tentang produk Bank Mega Syariah dengan menyeluruh sampai nasabah mengerti, paham kepada produk yang nantinya diambil.
- c) Memberikan solusi terbaik dan jalan keluar kepada nasabah yang bermasalah, solusi yang lebih menguntungkan perusahaan tanpa harus membuat nasabah tersebut merasa dirugikan.
- d) Melakukan analisa kelayakan dari nasabah yang mengajukan kredit, agar nantinya konsumen yang diberikan kredit tersebut benar-benar tidak bermasalah dalam pembayaran kedepannya.
- e) Membuat laporan kerja atau laporan analisa dari nasabah yang dia handle.
- f) Memastikan produk perusahaan terdistribusi dan diperkenalkan dengan baik.

g) Memastikan konsumen memahami produk yang diambil dari Bank Mega Syariah.

d. *Hajj Funding Officer (HFO)*

- a) Bertanggung jawab memasarkan produk tabungan haji.
- b) Menjaga hubungan baik dengan nasabah.
- c) Mengatur dan menjalankan program suka-suka dan *supersaving*.

e. *Sub Branch Operation & Service Manager (SBOSM)*

1) Tugas dan tanggung jawab

a) Melakukan supervisi terhadap *Sub Branch Operation* dan *Service Manager / Cash Office Operation Supervisor / Operation Supervisor* di kantor cabang atau kantor cabang pembantu atau kantor kas yang menjadi tanggung jawabnya.

b) Memastikan semua kegiatan operasional di kantor cabang/kantor cabang pembantu / kantor kas beroperasi tepat waktu sesuai dengan kebijakan dan prosedur yang berlaku.

c) Memberikan panduan operasional dan mampu memberikan alternatif solusi kepada *Sub Branch Operation* dan *Service Manager / Cash Office Operation Supervisor / Operation Supervisor* di area supervisinya dan mengeskalisasi kendala-

kendala operasional yang dihadapi sesuai dengan

kewenangan serta melakukan koordinasi, komunikasi dengan *Branch dan Transaction Banking Operation Support Dept. Head / OPGD Head*.

d) Melakukan kunjungan atau pertemuan berkala ke cabang-cabang di area supervisinya dengan tujuan memastikan semua kebijakan, prosedur dan kebijakan, informasi produk telah dijalankan dengan benar sesuai dengan kebijakan,

prosedur dan kebijakan yang berlaku, membahas dan menindaklanjuti kendala operasional.

- e) Mematuhi dan memastikan bahwa seluruh subordinatannya patuh pada kode etik perbankan, pelaksanaan KYC, APU dan PPT, pelaporan baik internal maupun eksternal.
- f) Memonitoring, mereview pelaksanaan ketentuan pelayanan nasabah, kinerja pimpinan operasional seluruh staff subordinatannya dan mengkomunikasikan hasil tersebut secara langsung kepada pimpinan operasional / staff.

2) Wewenang

- a) Persetujuan transaksi sesuai limit kewenangan yang sudah ditetapkan.
- b) Memberikan usulan, rekomendasi terhadap pengembangan karyawan. melalui proses mutasi, rotasi, promosi, demosi, penilaian kinerja staf (KPI), *remunerasi*.

- c) Memberikan rekomendasi atas Permintaan Tenaga Kerja (PTK) baik *replacement* maupun penambahan.

- d) Mengajukan usulan training bagi pegawai yang berada di bawah koordinasinya.

f. *Customer Service* (CS)

1) Tugas dan tanggung jawab

- a) Melakukan pembukaan rekening dan penutupan rekening nasabah / calon nasabah serta layanan jasa perbankan yang

dibutuhkan sesuai dengan kebijakan, prosedur dan ketentuan yang berlaku.

- b) Memeriksa dan memastikan kebenaran instruksi dari nasabah calon nasabah serta kebenaran nasabah dalam melaksanakan prinsip pengenalan nasabah / KYC sudah sesuai dengan kebijakan, prosedur dan ketentuan yang berlaku.
- c) Memberikan jawaban serta penjelasan pertanyaan nasabah / calon nasabah sesuai dengan kebijakan, prosedur dan ketentuan yang berlaku.
- d) Melakukan *population check* dan *balancing* pada akhir dengan cara mencocokkan *form* instruksi dari nasabah dengan laporan dari sistem yang menunjukkan semua instruksi yang telah dilaksanakan sesuai dengan kebijakan, prosedur dan ketentuan yang berlaku.
- e) Melakukan *cross selling* baik produk pendanaan maupun pembiayaan.
- f) Menangani pengaduan nasabah sesuai kebijakan, serta memastikan progress penyelesaian sesuai SLA yang berlaku.

## 2) Wewenang

- a) Menolak pembukaan rekening nasabah / calon nasabah apabila tidak sesuai dengan KYC, APU dan PPT serta kebijakan, prosedur dan ketentuan yang berlaku.
- b) Meminta dokumen dan menggali informasi tentang nasabah / calon nasabah yang akan melakukan hubungan dengan Bank Mega Syariah khusus untuk proses pembukaan rekening.
- c) Memberi informasi yang jelas kepada pihak internal audit / internal control dalam proses pemeriksaan.

g. *Teller*

## 1) Tugas dan tanggung jawab

- a) Melayani nasabah dalam bertransaksi baik penarikan, setoran, pemindahbukuan, transfer antar bank baik secara tunai dan non tunai.
- b) Melakukan *cash management* terhadap ketersediaan uang tunai di *vault* dan ATM.
- c) Mengambil dan memasukkan box dari dan ke *main vault* dengan membubuhkan paraf pada buku *main vault*.
- d) Memeriksa saldo box awal hari sesuai limit.
- e) Menerima setoran cek/bilyet giro, inkaso dan transfer.
- f) Membuat tiket-tiket transaksi harian *letter*.

## 2) Wewenang

Memastikan KYC dengan menanyakan latar belakang pekerjaan nasabah/ mencatat transaksi yang mencurigakan.

h. *Back Office*

Tugas dan tanggung jawab *Back Office* Bank Mega Syariah sebagai berikut:

- a) Memproses transaksi nasabah (termasuk sebagai petugas kliring).
- b) Mengelola Aset cabang dengan supervisi dari pejabat operasi.
- c) Melakukan monitoring dan menindaklanjuti progress penyelesaian pending dokumen notaris rekanan di wilayah kerjanya (termasuk di dalamnya melakukan kunjungan kepada pihak notaris rekanan dimaksud).
- d) Melakukan monitoring terhadap kekurangan dokumentasi pembiayaan yang diserahkan cabang / AO serta melakukan reminder kepada seluruh cabang di wilayah kerjanya 'dalam bentuk laporan dengan memastikan bahwa data yang disampaikan adalah update, valid dan dapat dipertanggung jawabkan sehingga tidak ada *complain* dari pihak lain.
- e) Memenuhi standar kepatuhan internal dan regulator.

## B. Penyajian Data

Berikut adalah hasil analisis deskriptif dari distribusi kuesioner yang dilakukan oleh peneliti pada 87 responden yang merupakan nasabah Bank Mega Syariah KCP Jember.

### 1. Uji Deskriptif Berdasarkan Jenis Kelamin

**Tabel 4. 1**  
**Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

		Jenis Kelamin			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	30	34.5	34.5	34.5
	Perempuan	57	65.5	65.5	100.0
	Total	87	100.0	100.0	

Sumber: *Output SPSS 27*, data diolah 2024.

Berdasarkan hasil tabel di atas, dapat dilihat bahwa jumlah responden perempuan adalah sekitar 65.5% dari total 87 responden.

Dengan demikian, jumlah responden perempuan dalam penelitian ini sekitar 57 orang. Sementara itu, jumlah responden laki-laki adalah

sekitar 34.5% dari total responden, yang setara dengan sekitar 30 orang. Dengan demikian, dari distribusi jenis kelamin responden,

terlihat bahwa jumlah responden perempuan lebih banyak daripada jumlah responden laki-laki dalam penelitian ini.

### 2. Uji Deskriptif Berdasarkan Usia

**Tabel 4. 2**  
**Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Usia**

		Usia			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	30-35 thn	8	9.2	9.2	9.2

	36-40 thn	41	47.1	47.1	56.3
	41-45 thn	25	28.7	28.7	85.1
	>46 thn	13	14.9	14.9	100.0
	Total	87	100.0	100.0	

Sumber: *Output SPSS 27*, data diolah 2024.

Berdasarkan tabel di atas, terlihat bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini berusia antara 36 hingga 45 tahun, dengan 41 responden (47.1%) berada dalam rentang usia ini. Sementara itu, jumlah responden yang berusia 41-45 tahun sebanyak 25 orang (28.7%). Kelompok usia 30-35 tahun memiliki jumlah yang lebih rendah, yaitu 8 responden (9.2%), sedangkan responden yang berusia di atas 46 tahun sebanyak 13 orang (14.9%). Dengan demikian, penelitian ini mayoritas melibatkan responden yang berada di usia dewasa tengah hingga akhir.

### 3. Uji Deskriptif Berdasarkan Pekerjaan

**Tabel 4. 3**  
**Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Pekerjaan**

		Pekerjaan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pengusaha	15	17.2	17.2	17.2
	Dokter	5	5.7	5.7	23.0
	PNS	13	14.9	14.9	37.9
	Pegawai Pemerintah	9	10.3	10.3	48.3
	Wiraswasta	20	23.0	23.0	71.3
	Lainnya	25	28.7	28.7	100.0
	Total	87	100.0	100.0	

Sumber: *Output SPSS 27*, data diolah 2024.

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa mayoritas responden dalam penelitian memiliki profesi yang bervariasi. Responden terbanyak yaitu, lainnya dengan total 25 responden,

sedangkan Pengusaha 15 responden, Dokter 5 responden, PNS 13 responden, Pegawai Pemerintah 9 responden dan Wiraswasta 20 responden. Dengan demikian, distribusi pekerjaan responden mencerminkan keragaman dalam latar belakang profesi yang terlibat dalam penelitian ini.

## C. Analisis dan Pengujian Hipotesis

### 1. Uji Instrumen Penelitian

#### a. Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengevaluasi sejauh mana suatu instrumen dapat dianggap valid dalam mengukur variabel yang dituju. Tingkat validitas yang tinggi menunjukkan bahwa instrumen tersebut dapat diandalkan dan dapat dianggap mewakili dengan baik variabel yang sedang diukur, sesuai dengan tujuan penelitian. Sebaliknya, jika nilai validitas rendah, maka instrumen tersebut dianggap kurang dapat dipercaya dan tidak sepenuhnya mencerminkan variabel yang sedang diteliti.<sup>76</sup>

Dalam penelitian ini, nilai  $r$  tabel dengan tingkat signifikansi 5% atau 0.05 untuk uji korelasi dua arah adalah 0,210. Angka ini dihitung dengan menggunakan rumus *degree of freedom* ( $df$ ) =  $N-2$ , dimana  $N$  adalah jumlah responden. Dalam kasus ini, jumlah responden ( $N$ ) adalah 87, sehingga  $df = N-2$  atau  $df = 87-2 = 85$ . Dengan menggunakan nilai  $df$  tersebut, diperoleh nilai  $r$  tabel

---

<sup>76</sup> Zahriyah et al., *Ekonometrika Teknik dan Aplikasi SPSS*, 114.

sebesar 0,210. Sehingga, setiap pertanyaan pada masing-masing variabel dianggap valid jika koefisien korelasi yang dihitung ( $r$  hitung) lebih besar dari nilai ( $r$  tabel). Sebaliknya, jika  $r$  hitung lebih kecil dari  $r$  tabel, maka data dianggap tidak valid. Berikut adalah hasil uji validitas dengan menggunakan aplikasi *SPSS IBM* versi 27:

**Tabel 4. 4**  
**Hasil Uji Validitas X1 (Program Hadiah)**

No	Item Pertanyaan	r hitung	><	r tabel	Keterangan
1	X1.1	0,559	>	0,210	Valid
2	X1.2	0,539	>	0,210	Valid
3	X1.3	0,696	>	0,210	Valid
4	X1.4	0,695	>	0,210	Valid

Sumber: *Output SPSS 27*, data diolah 2024.

Dari hasil uji validitas di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa semua pernyataan yang terkait dengan variabel X1 (Program Hadiah) dalam kuesioner dianggap valid. Kesimpulan ini didasarkan pada temuan bahwa semua nilai ( $r$  hitung) untuk setiap pernyataan berada dalam kisaran antara 0,539-0,696, yang secara signifikan lebih besar daripada ( $r$  tabel) sebesar 0,210.

**Tabel 4. 5**  
**Hasil Uji Validitas X2 (Motivasi)**

No	Item Pertanyaan	r hitung	><	r tabel	Keterangan
1	X2.1	0,758	>	0,210	Valid
2	X2.2	0,477	>	0,210	Valid
3	X2.3	0,745	>	0,210	Valid
4	X2.4	0,768	>	0,210	Valid

Sumber: *Output SPSS 27*, data diolah 2024.

Dari hasil uji validitas di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa semua pernyataan yang terkait dengan variabel X2 (Motivasi) dalam kuesioner dianggap valid. Kesimpulan ini didasarkan pada temuan bahwa semua nilai ( $r$  hitung) untuk setiap pernyataan berada dalam kisaran antara 0,477-0,768, yang secara signifikan lebih besar daripada ( $r$  tabel) sebesar 0,210.

**Tabel 4. 6**  
**Hasil Uji Validitas Y (Minat Nasabah)**

No	Item Pertanyaan	r hitung	><	r tabel	Keterangan
1	Y1	0,752	>	0,210	Valid
2	Y2	0,799	>	0,210	Valid
3	Y3	0,708	>	0,210	Valid
4	Y4	0,758	>	0,210	Valid

Sumber: *Output SPSS 27*, data diolah 2024.

Dari hasil uji validitas di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa semua pernyataan yang terkait dengan variabel Y (Minat Nasabah) dalam kuesioner dianggap valid. Kesimpulan ini didasarkan pada temuan bahwa semua nilai ( $r$  hitung) untuk setiap pernyataan berada dalam kisaran antara 0,708-0,799, yang secara signifikan lebih besar daripada ( $r$  tabel) sebesar 0,210.

#### **b. Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas dapat dilakukan dengan membandingkan nilai *Cronbach's Alpha* dengan tingkat signifikansi hasil kuesioner pada setiap pernyataan. Hasil dari uji ini dapat dikelompokkan ke

dalam lima kelas dengan rentang yang sama untuk mengevaluasi kehandalan instrumen, yaitu:<sup>77</sup>

- 1) Jika *Cronbach's Alpha* 0.00-0.20 artinya, kurang reliabel.
- 2) Jika *Cronbach's Alpha* 0.21-0.40 artinya, agak reliabel.
- 3) Jika *Cronbach's Alpha* 0.41-0.60 artinya, cukup reliabel.
- 4) Jika *Cronbach's Alpha* 0.61-0.80 artinya, reliabel.
- 5) Jika *Cronbach's Alpha* 0.81-1.00 artinya, sangat reliabel.

Berikut adalah hasil uji reliabilitas dengan menggunakan aplikasi *SPSS IBM* versi 27:

**Tabel 4. 7**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

No	Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
1	Program Hadiah	0.482	Cukup Reliabel
2	Motivasi	0.624	Reliabel
3	Minat Nasabah	0.713	Reliabel

Sumber: *Output SPSS 27*, data diolah 2024.

Berdasarkan hasil uji reliabilitas menggunakan *Cronbach's Alpha*, variabel Program Hadiah (X1) menunjukkan tingkat reliabilitas yang cukup dengan nilai Alpha sebesar 0.482. Sementara itu, variabel Motivasi (X2) memiliki tingkat reliabilitas yang lebih baik dengan nilai Alpha sebesar 0.624, dan variabel Minat Nasabah (Y) menunjukkan tingkat reliabilitas yang paling tinggi dengan nilai Alpha sebesar 0.713.

<sup>77</sup> Karneti, Agus Sastrawan Noor, Ika Rahmatika Chalimi, "Penerapan Model Role Playing Terhadap Motivasi Belajar Sejarah Kelas XI MIA SMAN Pontianak," *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran* 9, No. 09 (2022): 1-8, <https://dx.doi.org/10.26418/jppk.v9i9.42463>.

Kesimpulannya, penelitian ini menggunakan instrumen riset yang dapat diandalkan, dan pernyataan yang berkaitan dengan beberapa variabel tersebut memiliki stabilitas yang cukup baik.

## 2. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas

Uji Normalitas adalah suatu prosedur yang digunakan untuk mengevaluasi apakah data dalam sebuah kelompok data atau variabel mengikuti distribusi normal atau tidak. Dalam uji normalitas sisa, jika nilai signifikansi (sig.) lebih besar dari 0.05, maka residual dianggap berdistribusi normal; sebaliknya, jika nilai signifikansi (sig.) kurang dari 0.05, maka residual dianggap tidak berdistribusi normal.

Berikut adalah hasil uji normalitas dengan menggunakan aplikasi *SPSS IBM* versi 27:

**Tabel 4. 8**  
**Uji Normalitas**  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		87
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0
	Std. Deviation	1
Most Extreme Differences	Absolute	.112
	Positive	.112
	Negative	-.109
Kolmogorov-Smirnov Z		1.047
Asymp. Sig. (2-tailed)		.223

a. Test distribution is Normal.

b. User-Specified

Sumber: *Output SPSS 27*, data diolah 2024.

Berdasarkan hasil uji normalitas diatas yang menggunakan uji *Kolmogrov-Smirnov* dapat diketahui bahwa nilai *Asymp Sig.*

sebesar 0.223 yang artinya lebih besar dari 0.05. Dapat disimpulkan, bahwa data berdistribusi normal.

#### b. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas digunakan untuk menilai apakah terdapat kesamaan atau keterkaitan antara variabel independen dalam suatu model statistik. Ketika hasil *Variance Inflation Factor* (VIF) berada dalam rentang 1-10, ini menunjukkan bahwa tidak ada masalah multikolinearitas yang signifikan dalam model tersebut. Selain itu, jika *tolerance* lebih dari 0,1 ( $> 0,1$ ) maka tidak ada masalah multikolinearitas.

Berikut adalah hasil uji multikolinearitas dengan menggunakan aplikasi *SPSS IBM* versi 27:

**Tabel 4. 9**  
**Uji Multikolinearitas**

No.	variabel	Tolerance	Nilai VIF	Keterangan
1	Program Hadiah	0.726	1.377	Tidak ada multikolinearitas
2	Motivasi	0.726	1.377	Tidak ada multikolinearitas

Sumber: *Output SPSS 27*, data diolah 2024.

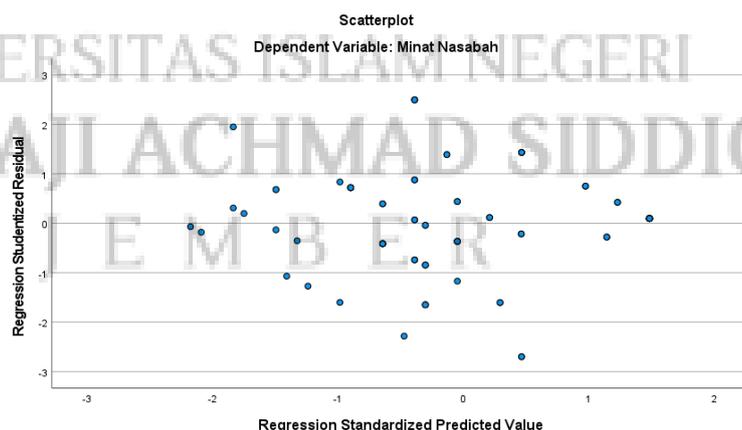
Berdasarkan tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa nilai *tolerance* semua variabel independen (variabel bebas) dalam penelitian ini  $> 0,10$  serta nilai VIF  $< 10$ . Yang artinya, tidak ada tanda-tanda adanya multikolinearitas antara variabel bebas antar variabel terikat.

### c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas memiliki tujuan untuk memeriksa apakah terdapat variasi yang tidak konsisten dalam residual antar pengamatan dalam model regresi. Dalam konteks regresi yang baik, tidak ada tanda-tanda heteroskedastisitas. Salah satu cara untuk menguji hal ini adalah dengan menggunakan metode Uji Park dan Uji Grafik Plot. Uji Grafik Plot, jika grafik *scatterplot* menunjukkan bahwa titik-titik tersebar secara acak dan merata di atas dan di bawah nilai 0 pada sumbu Y, maka dapat dianggap bahwa tidak ada tanda-tanda heteroskedastisitas dalam model regresi.

Berikut adalah hasil uji heteroskedastisitas dengan menggunakan aplikasi *SPSS IBM* versi 27:

**Gambar 4. 2**  
**Uji Heteroskedastisitas**



Sumber: *Output SPSS 27*, data diolah 2024.

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas di atas, *scatterplot* yang ditampilkan pada Gambar 4.1, terlihat bahwa titik-titik

tersebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu yang jelas. Selain itu, titik-titik tersebar baik di atas maupun di bawah nilai 0 pada sumbu y. Hal ini menunjukkan bahwa tidak ada tanda-tanda heteroskedastisitas.

### 3. Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah suatu metode statistik yang digunakan untuk mengevaluasi dan menguji sejauh mana variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Dalam penelitian ini, kita akan menguji pengaruh dari dua variabel independen, yakni program hadiah dan tingkat motivasi, terhadap variabel dependen, yakni minat nasabah. Dengan rumus ekonometrika sebagai berikut.  $Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$

Berikut adalah hasil uji regresi linear berganda dengan menggunakan aplikasi *SPSS IBM* versi 27:

**Tabel 4. 10**  
**Uji Regresi Linear Berganda**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.007	1.452		.694	.490
	Program Hadiah	.404	.089	.356	4.516	.000
	Motivasi	.540	.079	.541	6.872	.000

a. Dependent Variable: Minat Nasabah  
Sumber: *Output SPSS 27*, data diolah 2024.

Dari hasil uji tersebut, diperoleh sebuah persamaan:

$$Y = 1.007 + 0.404X_1 + 0.540X_2 + e$$

Berdasarkan persamaan regresi linear berganda di atas, dapat disimpulkan bahwa:

- a. Nilai konstanta sebesar 1.007 yang artinya jika nilai variabel Program Hadiah (X1) dan Motivasi (X2) adalah 0 secara konstan, maka nilai Minat (Y) akan tetap sebesar 1.007, dengan asumsi bahwa pengaruh variabel lain terhadap minat dianggap tidak berubah.
- b. Nilai koefisien regresi variabel X1 sebesar 0.404 bertanda positif terhadap variabel program hadiah (X1). Artinya, jika nilai variabel program hadiah meningkat, maka minat nasabah (Y) juga cenderung meningkat sebesar 0.404 atau 40.4%.
- c. Nilai koefisien regresi variabel X2 sebesar 0.540 bertanda positif terhadap variabel motivasi (X2). Artinya, jika nilai variabel motivasi meningkat, maka minat nasabah (Y) juga cenderung meningkat sebesar 0.540 atau 54%.

#### 4. Uji Hipotesis

##### a. Uji Parsial T

Uji t pada dasarnya mengukur sejauh mana pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menjelaskan variabel dependen. Pada penelitian ini, menggunakan tingkat kepercayaan 95%,  $\alpha = 0.05$

Rumus untuk menentukan nilai t-tabel adalah  $t = (n - k - 1)$ , di mana n adalah jumlah responden dan k adalah total variabel

independen. Misalkan kita memiliki 87 responden dan 2 variabel independen, sehingga  $t=(87-2-1)=84$ . Ini menghasilkan nilai (df) sebesar 84 dengan tingkat signifikansi 0.05. Oleh karena itu, nilai t-tabel yang sesuai adalah 1.663, yang diperoleh dari distribusi t-tabel.

Dasar pengambilan keputusannya menggunakan angka probabilitas signifikansi, yaitu:

- 1) Jika probabilitas  $t > 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak
- 2) Jika probabilitas  $t < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima

Berikut adalah hasil uji parsial t dengan menggunakan aplikasi *SPSS IBM* versi 27:

**Tabel 4. 11**  
**Uji Parsial T**

No.	Variabel	t	Sig
1.	Program Hadiah	4.561	0.000
2.	Motivasi	6.872	0.000

Sumber: *Output SPSS 27*, data diolah 2024.

Berdasarkan tabel di atas, diketahui nilai Sig. untuk pengaruh X1 terhadap Y sebesar  $0.000 < 0.05$  dan nilai t hitung  $4.561 > t$  tabel 1.663, sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_a$  diterima, yang berarti terdapat pengaruh X1 terhadap Y.

Sedangkan, nilai Sig. untuk pengaruh X2 terhadap Y sebesar  $0.000 < 0.05$  dan nilai t hitung  $6.872 > t$  tabel 1.663, sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_a$  diterima, yang berarti terdapat pengaruh X2 terhadap Y.

### b. Uji Simultan F

Uji F pada dasarnya digunakan untuk menguji apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan ke dalam model memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau variabel terikat. Untuk menentukan f tabel adalah  $F = (k ; n-k) = F (2 ; 85) = 3,10$

Berikut adalah hasil uji simultan f dengan menggunakan aplikasi *SPSS IBM* versi 27:

**Tabel 4. 12**  
**Uji Simultan F**

<b>F</b>	<b>Sig</b>
68.928	0.000

Sumber: *Output SPSS 27*, data diolah 2024.

Berdasarkan hasil uji di atas, nilai signifikansi untuk pengaruh X1 dan X2 secara simultan terhadap Y adalah sebesar  $0.000 < 0.05$  dan nilai F hitung  $68.928 > F$  tabel 3.10, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh X1 dan X2 secara simultan terhadap Y.

### c. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) pada dasarnya mengukur sejauh mana kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Nilai  $R^2$  berkisar antara 0 hingga 1.

Jika nilai  $R^2$  rendah, hal ini menunjukkan bahwa variabel-variabel independen memiliki kemampuan yang terbatas dalam menjelaskan variasi variabel dependen, begitupun sebaliknya.

Berikut adalah hasil uji koefisien determinasi menggunakan aplikasi *SPSS IBM* versi 27:

**Tabel 4. 13**  
**Uji Koefisien Determinasi**

<b>R Square</b>	<b>Adjusted R Square</b>
0.621	0.612

Sumber: *Output SPSS 27*, data diolah 2024.

Berdasarkan hasil uji di atas, diketahui nilai *R Square* sebesar 0.621, hal ini berarti bahwa pengaruh variabel X1 dan X2 secara simultan terhadap Y adalah sebesar 62.1%. Sementara sisanya 37.9% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

#### **D. Pembahasan**

Berdasarkan temuan dari penelitian ini, terkonfirmasi bahwa variabel Program Hadiah (X1) dan Motivasi (X2) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan Tabungan Suka-Suka Extra di Bank Mega Syariah KCP Jember. Fokus pembahasan selanjutnya akan ditekankan pada penjelasan terkait dengan jawaban atas rumusan masalah dalam penelitian ini.

##### **1. Pengaruh Program Hadiah Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Produk Tabungan Suka-Suka Extra Di Bank Mega Syariah KCP Jember**

Berdasarkan hasil perhitungan yang menggunakan aplikasi *SPSS IBM* versi 27 diketahui nilai Sig. untuk pengaruh X1 terhadap Y sebesar  $0.000 < 0.05$  dan nilai t hitung  $4.561 > t$  tabel 1.663. Maka

dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa program hadiah memiliki dampak yang positif dan signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan Produk Tabungan Suka-Suka Extra di Bank Mega Syariah KCP Jember.

Program hadiah dapat menjadi pendorong motivasi bagi nasabah untuk menggunakan produk tabungan tertentu. Dengan adanya hadiah atau *reward* yang ditawarkan, nasabah cenderung lebih tertarik untuk menggunakan produk tabungan tersebut daripada produk lain yang tidak menawarkan program serupa. Hal ini dapat mengarah pada peningkatan minat nasabah dalam menggunakan produk tabungan yang ditawarkan oleh Bank Mega Syariah KCP Jember.

Hal ini juga dapat meningkatkan persepsi nilai produk tabungan di mata nasabah. Nasabah akan melihat produk tabungan yang menawarkan program hadiah sebagai lebih menguntungkan dan bernilai dibandingkan dengan produk sejenis yang tidak menawarkan program serupa. Persepsi ini dapat mendorong minat nasabah untuk memilih dan menggunakan produk tabungan tersebut.

Temuan ini didukung oleh studi sebelumnya yang dilakukan oleh Rahmayani dan Fuadi yang menyatakan pemberian hadiah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Ini berarti bahwa ketika nasabah diberikan insentif berupa hadiah, hal ini secara positif memengaruhi perilaku atau keputusan nasabah terkait

dengan produk atau layanan yang ditawarkan. Dalam konteks ini, pemberian hadiah dapat menjadi strategi yang efektif dalam mendorong partisipasi, keterlibatan, atau preferensi nasabah terhadap suatu produk atau layanan perbankan.<sup>78</sup>

## **2. Pengaruh Motivasi Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Produk Tabungan Suka-Suka Extra Di Bank Mega Syariah KCP Jember**

Berdasarkan hasil temuan uji T ditemukan nilai Sig. untuk pengaruh X2 terhadap Y sebesar  $0.000 < 0.05$  dan nilai t hitung  $6.872 > t$  tabel  $1.663$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa motivasi memiliki dampak yang positif dan signifikan terhadap minat nasabah.

Motivasi merupakan faktor internal yang mendorong individu untuk bertindak atau melakukan sesuatu. Dalam konteks ini, motivasi nasabah dapat menjadi pendorong yang kuat untuk menggunakan produk tabungan tertentu. Misalnya, keinginan untuk mencapai tujuan keuangan tertentu, seperti menabung untuk masa depan atau mencapai target tertentu, dapat menjadi motivasi bagi nasabah untuk menggunakan produk tabungan Suka-Suka Extra di Bank Mega Syariah KCP Jember.

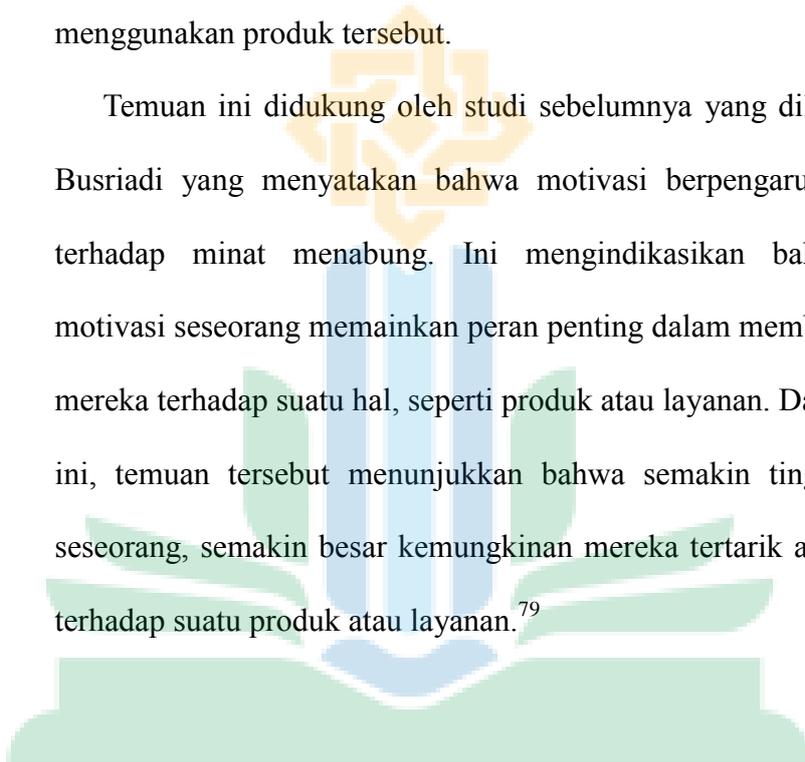
Motivasi juga dapat berasal dari kepentingan pribadi nasabah. Jika nasabah merasa bahwa produk tabungan tersebut dapat memenuhi

---

<sup>78</sup> Rahmayani dan Ahmad Fuadi, "Pengaruh Pemberian Hadiah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Sumut Syariah Cabang Stabat," *Al-Istimrar: Jurnal Ekonomi Syariah* 1, No.1 (Mei 2022): 5-8, <https://jurnal.islahiyah.ac.id/index.php/istimrar/article/view/59>.

kebutuhan atau keinginan mereka, mereka cenderung lebih termotivasi untuk menggunakan produk tersebut. Misalnya, jika produk tabungan menawarkan fitur atau manfaat yang sesuai dengan preferensi atau kebutuhan nasabah, hal ini dapat meningkatkan motivasi mereka untuk menggunakan produk tersebut.

Temuan ini didukung oleh studi sebelumnya yang dilakukan oleh Busriadi yang menyatakan bahwa motivasi berpengaruh signifikan terhadap minat menabung. Ini mengindikasikan bahwa tingkat motivasi seseorang memainkan peran penting dalam membentuk minat mereka terhadap suatu hal, seperti produk atau layanan. Dalam konteks ini, temuan tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi motivasi seseorang, semakin besar kemungkinan mereka tertarik atau berminat terhadap suatu produk atau layanan.<sup>79</sup>



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

---

<sup>79</sup> Busriadi, Putri Setiani dan Isamuddin, "Pengaruh Pemahaman Dan Motivasi Terhadap Minat Mahasiswa Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus FEBI Institut Agama Islam Yasni Bungo)," *Jurnal Tamwil: Jurnal Ekonomi Islam* 7, No. 02 (Juli-Desember 2021): 83-89, <http://dx.doi.org/10.31958/jtm.v7i2.4512>.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil temuan dan pembahasan mengenai "Pengaruh Program Hadiah dan Motivasi terhadap Minat Nasabah dalam Menggunakan Produk Tabungan Suka-Suka Extra di Bank Mega Syariah KCP Jember," peneliti menyimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil uji t parsial menunjukkan nilai yang signifikan sebesar 4.561, yang jauh lebih tinggi dari nilai t-tabel yaitu 1.663, dengan nilai signifikansi sebesar 0.000, yang juga jauh lebih kecil dari standar signifikansi 0.05. Hal ini mengindikasikan bahwa minat nasabah terhadap produk tabungan Suka-Suka Extra di Bank Mega Syariah KCP Jember dipengaruhi secara positif oleh adanya program hadiah.
2. Hasil uji t parsial menunjukkan nilai yang signifikan sebesar 6.872, yang jauh lebih tinggi dari nilai t-tabel yaitu 1.663, dengan nilai signifikansi sebesar 0.000, yang juga jauh lebih kecil dari standar signifikansi 0.05. Temuan ini menegaskan bahwa minat nasabah terhadap produk tabungan Suka-Suka Extra di Bank Mega Syariah KCP Jember dipengaruhi secara positif oleh motivasi.

#### **B. Saran**

Dari hasil penelitian, analisis, dan kesimpulan yang telah disampaikan, peneliti dapat memberikan beberapa saran sebagai berikut:

### 1. Bagi Pihak Bank

Bank sebaiknya terus mengembangkan dan meningkatkan program hadiah yang ditawarkan kepada nasabah. Hal ini dapat dilakukan dengan menyesuaikan program hadiah agar lebih menarik dan relevan bagi nasabah serta sesuai dengan kebutuhan pasar. Selain itu, bank perlu terus melakukan evaluasi terhadap layanan yang disediakan kepada nasabah, termasuk program hadiah dan fitur produk tabungan. *Feedback* dari nasabah perlu dijadikan bahan evaluasi untuk meningkatkan kualitas layanan secara keseluruhan.

### 2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti di masa mendatang diharapkan dapat memperluas penelitian ini sebagai dasar untuk penelitian selanjutnya dengan mengintegrasikan berbagai uji yang berbeda, teori-teori baru, metode penelitian yang lebih maju, dan informasi terbaru. Dengan memperkaya kerangka kerja penelitian ini, mereka dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam dan *up-to-date* tentang pengaruh Program Hadiah, Motivasi, dan Minat

Nasabah dalam konteks produk Tabungan Suka-Suka Extra di Bank Mega Syariah KCP Jember, dikarenakan ada 37.9% faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abd.Rokhim, A. M. Pengaruh Motivasi Menghindari Riba, Pengetahuan Produk, Brand Image dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan menjadi Nasabah di BMT NU Area Bondowoso I Kabupaten Bondowoso. *Indonesian Journal of Islamic and Finance*, No. 2 (Desember 2022), 1-15.
- Aedy, H., & Mahmudin. *Metode Penelitian Teori dan Aplikasi*. Sleman: CV Budi Utama, 2017.
- Ansori, A. G. *Perbankan Syariah di Indonesia*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2009.
- Antonio, M. S. *Bank Syariah dan Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani, 2001.
- "Badan Pusat Statistik." Posisi Dana Bank Swasta. Akses 30 Oktober, 2023. <https://jatim.bps.go.id/>.
- Bank Mega Syariah." Profil Perusahaan, Penghargaan. Akses 30 Oktober, 2023. <https://www.megasyariah.co.id/id/>.
- Busriadi, P. S. Pengaruh Pemahaman Dan Motivasi Terhadap Minat Mahasiswa Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus FEBI Institut Agama Islam Yasni Bungo). *Jurnal Tamwil: Jurnal Ekonomi Islam*, No. 2 (Juli-Desember 2021), 83-89.
- Damiati, I., Masdarini, L., Made, N. D., Marsiti, C. I., Widiartini, K., & Angendari, M. D. *Perilaku Konsumen*. Depok: PT. Raja Grafindo Persada, 2017.
- Devi Hardianti Rukmana, M. R. Strategi Pemasaran dan Pelayanan BPR Nusamba dalam Meningkatkan Nasabah. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, No. 3 (Januari-Maret 2024), 612.
- Faesol, A. Efektivitas Diskon dan Hadiah sebagai Sarana Promosi Penjualan untuk Menarik Minat Beli Konsumen pada Bumbu Magic Lezat. *Jurnal Manajemen Bisnis*, No.1 (April 2013), 44-53.
- Gunawan, C. *Mahir Menguasai SPSS*. Yogyakarta: CV Budi Utama, 2019.
- Hidayat, A. *Uji Normalitas dan Metode Perhitungan (Penjelasan Lengkap)*. Diambil kembali dari Statistikian online: <https://www.statistikian.com/2013/01/uji-normalitas.html>, 2013.
- Ismail, F. *Statistika untuk Penelitian dan Ilmu-Ilmu Sosial*. Jakarta: Prenadamedia Group, 2018.

- Karneti, A. S. Penerapan Model Role Playing Terhadap Motivasi Belajar Sejarah Kelas XI MIA SMAN Pontianak. *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran*, No. 9 (2022), 1-8.
- Kasmir. *Dasar-Dasar Perbankan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2002
- Kasmir. *Pemasaran Bank*. Jakarta: Kencana, 2004.
- Kotler, P. K. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 2009.
- Kurniawati, R. P. "Analisis Hadiah dalam Meningkatkan Minat Menabung Produk SIRELA di KSPPS Binama Semarang." Tugas Akhir, UIN Walisongo Semarang, 2019.
- Latifah, E., & Azila, S. N. Eksistensi Peranan Hadiah pada Islamic Microfinance Institutions. *Journal Of Management, Accounting, Economic and Business*, No. 1 (April 2020), 75-77.
- Lestari, D. P. Hadiah dalam Penghimpunan Dana Tabungan Perspektif Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia. *Journal of Islamic Business Law*, No. 4 (Desember 2020), 2-4.
- Maliha, N. "Efektivitas Program Panen Hadiah Simpedes Dalam Penguatan Loyalitas Nasabah di Bank BRI Kantor Cabang Jember." Skripsi, UIN KHAS Jember, 2023.
- Mamang, E., & Sopiah. *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: Penerbit Andi, 2020.
- Merdiaty, N. Pengaruh Hadiah dan Kepercayaan pada Loyalitas Nasabah Bank di Jakarta. Jakarta: Prociding Nasional Seminar Magister Psikologi Ahmad Dahlan, 2019.
- Muttaqin, A. Z. *Evaluasi Program Pendidikan dan Pelatihan bagi Aparatur Negara*. Pekalongan: PT. Nasya Expanding Management, 2022.
- Nasution, M. H., & Sutisna. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Internet Banking. *Jurnal Nisbah*, No. 1 (Juni 2015), 64.
- "Otoritas Jasa Keuangan (OJK)." Perbankan Syariah dan Kelembagaannya. Akses 30 Oktober, 2023. <https://www.ojk.go.id/>.
- Penyusun, T. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka, 2007.
- Penyusun, T. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. Jember: IAIN Jember, 2020.
- Priansa, D. J. *Perilaku Konsumen dalam persaingan bisnis konteporer*. Bandung: Alfabeta, 2017.

- Putri, N. A. Implementasi Pelayanan Dan Administrasi Dalam Usaha Meningkatkan Kepuasan Nasabah Pada BPR Nusamba Rambipuji Kabupaten Jember. *Journal of Indonesian Social Society*, No. 2 (Juni 2023), 43-48.
- Qoriani, H. F. Compensation and Motivation in Improving Employee Performance PT.Romi Violeta Sidoarjo. *International Journal of Management and Bussiness Economics*, No. 1 (2022), 59-65.
- Rahmayani, & Fuadi, A. Pengaruh Pemberian Hadiah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Sumut Syariah Cabang Stabat. *Al-Istimrar: Jurnal Ekonomi Syariah*, No. 1 (Mei 2022), 5-8.
- Rohmah, A., & Fauzi, R. A. Analisis Pemberian Hadiah dalam Produk Simpanan Berjangka Wadiah Berhadiah (Sajadah) di BMT NU Situbondo. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, No. 2 (Oktober 2021), 201.
- Sadewi, L. B. "Pengaruh Program Undian Berhadiah Tabungan Simpedes terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Solo Kartasura." Kertas Kerja, Universitas Kristen Wacana Salatiga, 2012.
- Sari, Y. P., & Zainuddin. Pemberian Hadiah pada PT BPRS Gajahtongga Kotopiliang Kota Sawahlunto. *Al-bank: Journal Islamic Banking and Finance*, No. 2 (Juli 2021), 127.
- Setiadi, N. J. *Edisi Revisi Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana, 2003.
- Soemitra, A. *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta: Kencana, 2009.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Sujarweni, W. *SPSS untuk Paramedis*. Yogyakarta: Penerbit Gava Media, 2012.
- Tiyas, A. S. "Pengaruh Motivasi Menabung dan Pengetahuan Tentang Produk Perbankan terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Indonesia KCP MT. Haryono Magetan (Studi Pada Masyarakat Desa Setren Bendo Magetan)." Skripsi, IAIN Ponorogo, 2021.
- Uyun, M., & Yoseanto, B. L. *Pengantar Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Deepublish, 2022.
- Wijaya, S., & Ridhayanti, N. E. *Pajak Penghasilan: Hadiah Mata Uang Virtual dari E-commerce*. Tangerang: Guepedia, 2021.

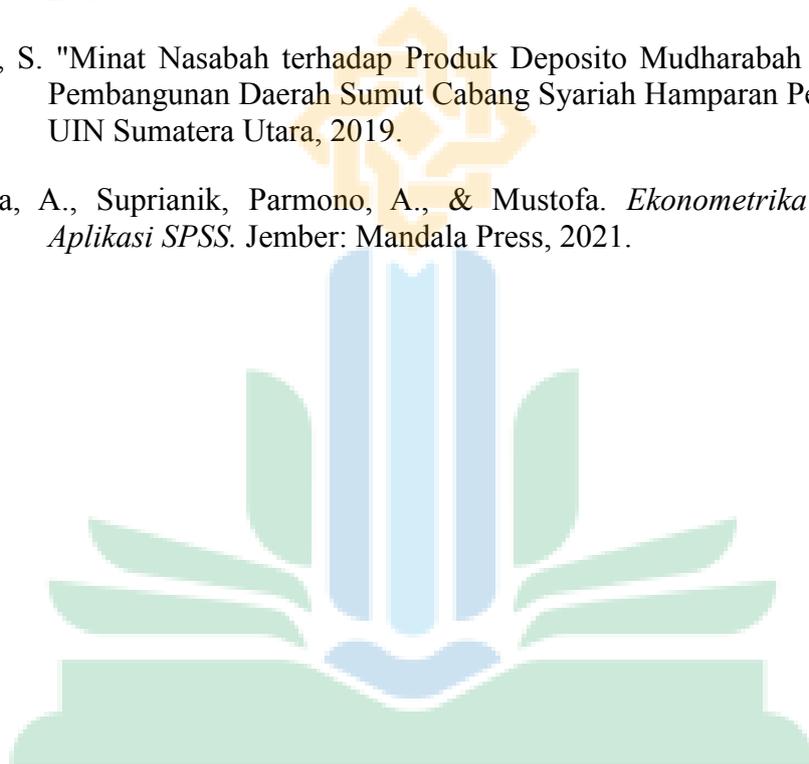
Wiryaningtyas, D. P. Pengaruh Keputusan Nasabah Dalam Pengambilan Kredit Pada Bank Kredit Desa Kabupaten Jember. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Growth*, No. 2 (November 2016), 50.

WS, W. *Psikologi dan Evaluasi Belajar*. Jakarta: Gramedia, 2008.

Yuniarti, V. S. *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik*. Bandung: Pustaka Setia, 2015.

Zahira, S. "Minat Nasabah terhadap Produk Deposito Mudharabah di PT. Bank Pembangunan Daerah Sumut Cabang Syariah Hampanan Perak." Skripsi, UIN Sumatera Utara, 2019.

Zahriya, A., Suprianik, Parmono, A., & Mustofa. *Ekonometrika Teknik dan Aplikasi SPSS*. Jember: Mandala Press, 2021.



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

## MATRIKS PENELITIAN

Judul	Variabel	Indikator	Sumber Data	Metode Penelitian	Rumusan Masalah
<p>Pengaruh Program Hadiah dan Motivasi terhadap Minat Nasabah dalam Menggunakan Produk Tabungan Suka-Suka Extra di Bank Mega Syariah KCP Jember</p>	<p>1. Program Hadiah (X1)</p> <p>2. Motivasi (X2)</p> <p>3. Minat Nasabah (Y)</p>	<p>a. Kesesuaian konteks dan tujuan hadiah</p> <p>b. Pemberian hadiah</p> <p>a. Kebutuhan</p> <p>b. Stimulus</p> <p>a. Perhatian</p> <p>b. Menarik</p> <p>c. Dorongan</p>	<p>1. Informan</p> <p>a. Pegawai</p> <p>b. Nasabah</p> <p>2. Dokumentasi</p> <p>3. Kepustakaan</p>	<p>1. Pendekatan penelitian kuantitatif</p> <p>2. Teknik pengambilan sampel yaitu dengan <i>Purposive Sampling</i></p> <p>3. Analisa data Uji Asumsi Klasik</p> <p>4. Menggunakan analisis Regresi Linear Berganda</p> <p>5. Uji hipotesis: Uji T, Uji F dan Uji R<sup>2</sup></p>	<p>1. Apakah program hadiah berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk Tabungan Suka-Suka Extra di Bank Mega Syariah KCP Jember?</p> <p>2. Apakah motivasi mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan produk Tabungan Suka-Suka Extra di Bank Mega Syariah KCP Jember?</p>

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nilam Zulfi Jazilah

NIM : 204105010116

Program Studi : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Instansi : Universitas Islam Negeri Kiai Achmad Siddiq Jember

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Pengaruh Program Hadiah dan Motivasi terhadap Minat Nasabah dalam Menggunakan Produk Tabungan Suka-Suka Extra di Bank Mega Syariah KCP Jember” secara keseluruhan adalah hasil kajian atau karya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak mana pun.

Jember, 02 Mei 2024



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

Nilam Zulfi Jazilah  
NIM. 204105010116

## KUESIONER PENELITIAN

### PENGARUH PROGRAM HADIAH DAN MOTIVASI TERHADAP MINAT NASABAH DALAM MENGGUNAKAN PRODUK TABUNGAN SUKA-SUKA EXTRA DI BANK MEGA SYARIAH KCP JEMBER

---

---

Kepada Bapak/Ibu, Saudara/i dalam rangka pengumpulan data penelitian dimohon kesediaannya untuk mengisi kuesioner yang terlampir sebagai bagian dari penelitian saya. Partisipasi anda sangat berharga bagi kemajuan penelitian ini.

#### A. Data Responden

1. Nama :
2. Alamat :
3. Jenis Kelamin :  Laki-laki  
 Perempuan
4. Usia :  
 30-35 tahun                       41-45 tahun  
 36-40 tahun                       > 46 tahun
5. Pekerjaan :  
 Pengusaha                       Pegawai Pemerintah  
 Dokter                       Wiraswasta  
 PNS                       Lainnya

#### B. Petunjuk Pengisian

Bacalah setiap pernyataan dengan cermat sebelum memberikan jawaban.

Pilihlah jawaban yang paling mencerminkan pendapat atau pengalaman anda. Berilah tanda centang/*cheklist* pada kolom yang anda anggap sesuai. Tidak ada jawaban yang benar atau salah, semua jawaban anda sangat berarti bagi saya.

Keterangan:

- |                           |                  |
|---------------------------|------------------|
| SS = Sangat Setuju        | (diberi nilai 5) |
| S = Setuju                | (diberi nilai 4) |
| R = Ragu                  | (diberi nilai 3) |
| TS = Tidak Setuju         | (diberi nilai 2) |
| STS = Sangat Tidak Setuju | (diberi nilai 1) |

### C. Daftar Pertanyaan

#### 1. Variabel Bebas Program Hadiah (X1)

No.	Pernyataan	SS	S	R	TS	STS
1.	Hadiah yang diberikan sesuai dengan tujuan dari program atau kegiatan ini.					
2.	Hadiah yang saya terima sesuai dengan ekspektasi atau harapan saya sebagai penerima hadiah.					
3.	Saya lebih tertarik dengan program yang memberikan hadiah langsung daripada yang harus melalui proses undian.					
4.	Saya merasa lebih diuntungkan dengan program yang memberikan hadiah langsung karena tidak perlu menunggu hasil undian.					

#### 2. Variabel Bebas Motivasi (X2)

No.	Pernyataan	SS	S	R	TS	STS
1.	Saya merasa bahwa penempatan dana dalam program hadiah ini sesuai dengan kebutuhan dan preferensi keuangan saya.					
2.	Saya membutuhkan alat bantu untuk mengelola keuangan saya secara lebih baik.					
3.	Stimulus atau penawaran khusus dari bank memengaruhi keputusan saya dalam memilih produk atau layanan keuangan.					
4.	Testimoni atau ulasan positif dari konsumen lain mempengaruhi pandangan saya tentang produk atau layanan bank.					

#### 3. Variabel Terikat Minat Nasabah (Y)

No.	Pernyataan	SS	S	R	TS	STS
1.	Informasi mengenai program tabungan berhadiah menarik perhatian saya dan membuat saya ingin tahu lebih banyak.					
2.	Saya merasa tertarik untuk lebih aktif berpartisipasi dalam program tabungan berhadiah ini.					

No.	Pernyataan	SS	S	R	TS	STS
3.	Saya tertarik menggunakan produk tabungan berhadiah karena melihat manfaat atau keuntungan yang ditawarkan.					
4.	Faktor kemudahan dalam program tabungan berhadiah memberikan dorongan tambahan bagi saya untuk terus menggunakan produk ini.					



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

Nomor : B-<sup>933</sup>/Un.22/7.a/PP.00.9/10/2023  
Lampiran : -  
Perihal : **Permohonan Ijin Penelitian**

Jember, 18 Oktober 2023

Kepada Yth.  
Kepala Bank Mega Syariah Jember  
Jl. Hayam Wuruk No. 71, Jember

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

Nama : Nilam Zulfi Jazilah  
NIM : 204105010116  
Semester : VII ( Tujuh )  
Prodi : Perbankan Syariah

Untuk melakukan Penelitian/Riset mengenai "Pengaruh Program Hadiah dan Motivasi terhadap Minat Nasabah dalam Menggunakan Produk Tabungan Suka Suka Extra di Bank Mega Syariah KCP Jember". Pada lingkungan/lembaga wewenang Bapak/Ibu.

Demikian atas perkenan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

Atas Perkenan dan Kerjasamanya,  
Bidang Akademik,  
  
Nuzul Widyawati/Islami Rahayu

**SURAT KETERANGAN**  
**No. 00064/OPS – KCP Jember/2024**

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa :

Nama : NILAM ZULFI JAZILAH  
NIM : 204105010116  
Fakultas : Ekonomi Bisnis dan Islam  
Prodi : Perbankan Syariah  
Lembaga : Universitas Islam Negeri Kyai Haji Ahmad Sidiq  
Judul : Pengaruh Program Hadiah dan Motivasi Terhadap Minat Nasabah dalam Menggunakan Produk Tabungan Suka-suka Extra di Bank Mega Syariah KCP Jember

Telah melaksanakan kegiatan Penelitian di Bank Mega Syariah KCP Jember mulai tanggal 4 Oktober 2023 sampai dengan 12 Februari 2024.

Demikian surat keterangan ini dibuat agar digunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 25 Maret 2024

Hormat Kami,



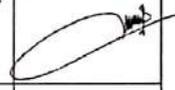
**BANK MEGA**  
**SYARIAH**

**Danny Setiawan Ramadhan**  
Sub Branch Operation Manager

## JURNAL KEGIATAN PENELITIAN

Lokasi Penelitian :

Kantor Bank Mega Syariah KCP Jember.  
Jl. Hayam Wuruk No.57, Gerdu, Sempusari, Kec. Kaliwates, Kab. Jember, Jawa Timur.  
Telepon : 0331-483163

No.	Hari/Tanggal	Jenis Kegiatan	Tanda Tangan
1.	Kamis, 02/11/2023	Pengajuan Proposal Penelitian dan Penyerahan Surat Izin Penelitian.	
2.	Rabu, 03/01/2024	Meminta data profil Bank Mega Syariah KCP Jember (struktur organisasi, visi dan misi, serta sejarah).	
3.	Senin, 08/01/2024	Penyebaran kuesioner melalui <i>Customer Service</i> .	
4.	Selasa, 09/01/2024	Pengisian kuesioner melalui <i>Customer Service</i> .	
5.	Senin, 12/02/2024	Batas akhir pengisian kuesioner.	
6.	Senin, 25/03/2024	Meminta Surat Selesai Penelitian.	

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

Jember, 25 Maret 2024  
Sub Branch Operasional Manager  
Perusahaan

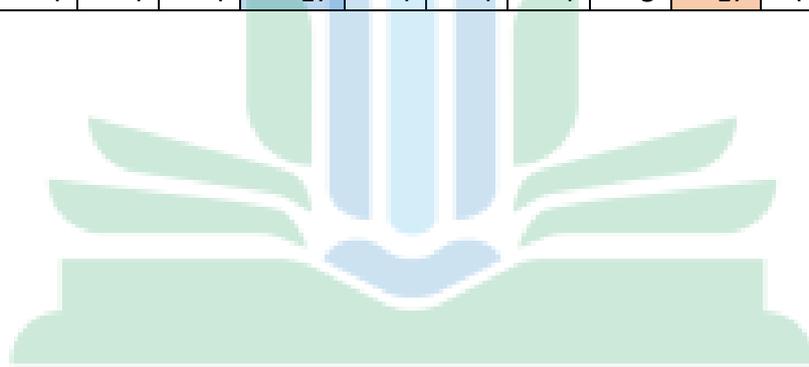
  
BANK MEGA  
SYARIAH  
Danny Setiawan Ramadhan

## REKAPITULASI KUESIONER

Program Hadiah					Motivasi					Minat Nasabah				
X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Total	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Total	Y1	Y2	Y3	Y4	Total
4	4	5	5	18	4	4	4	4	16	5	5	5	5	20
5	4	4	4	17	4	4	4	5	17	4	4	4	3	15
4	4	5	4	17	5	4	4	4	17	4	4	4	4	16
5	4	5	4	18	4	4	5	4	17	3	4	5	5	17
5	4	5	4	18	4	4	4	4	16	5	4	5	4	18
4	5	4	5	18	3	5	4	5	17	4	4	5	4	17
5	4	4	5	18	4	4	5	4	17	4	4	5	5	18
4	5	5	4	18	5	5	4	4	18	4	4	4	4	16
4	5	4	4	17	5	4	3	4	16	4	4	4	4	16
4	4	5	4	17	4	4	4	5	17	4	4	5	4	17
5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
4	5	4	5	18	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
5	5	5	5	20	5	5	4	5	19	5	4	5	5	19
5	4	4	5	18	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
4	3	4	4	15	5	5	5	5	20	5	4	4	5	18
5	5	4	5	19	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
5	3	4	4	16	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
3	4	4	4	15	5	5	4	5	19	5	5	5	4	19
5	5	5	5	20	5	5	4	3	17	5	5	4	4	18
5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
5	3	4	4	16	5	5	5	5	20	3	4	4	4	15
5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
4	4	3	4	15	4	4	3	4	15	4	4	4	4	16
5	4	4	3	16	4	4	4	4	16	5	4	4	4	17
5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
4	4	3	5	16	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
5	4	4	5	18	3	5	4	4	16	4	4	5	4	17
5	4	4	3	16	4	5	4	3	16	4	5	4	4	17
5	4	4	4	17	4	5	3	4	16	5	4	4	3	16
5	4	4	5	18	5	5	4	3	17	4	5	4	4	17
5	4	4	4	17	4	5	4	3	16	4	4	5	4	17
5	4	4	4	17	4	4	4	4	16	5	4	4	3	16

Program Hadiah					Motivasi					Minat Nasabah				
X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Total	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Total	Y1	Y2	Y3	Y4	Total
5	5	4	4	18	4	5	4	4	17	4	4	4	4	16
4	5	4	4	17	4	5	4	4	17	4	4	4	4	16
2	4	4	4	14	4	5	4	1	14	3	4	4	3	14
4	5	1	4	14	4	4	4	4	16	2	4	4	4	14
4	5	4	4	17	4	2	4	4	14	4	4	4	3	15
4	5	4	2	15	4	5	4	1	14	4	4	4	3	15
4	4	3	4	15	4	5	2	4	15	2	4	4	5	15
4	5	4	2	15	3	4	4	2	13	4	4	5	1	14
5	4	4	1	14	4	5	4	2	15	4	3	4	4	15
4	5	5	3	17	4	5	2	4	15	1	4	4	5	14
3	4	4	5	16	4	5	2	4	15	1	4	5	4	14
4	3	5	5	17	4	5	4	2	15	4	4	5	4	17
4	5	4	2	15	4	5	4	5	18	4	4	4	2	14
4	5	2	4	15	4	5	4	1	14	4	4	5	4	17
4	4	5	5	18	4	4	4	4	16	5	5	5	5	20
4	5	5	4	18	5	5	4	4	18	4	4	4	4	16
5	5	5	5	20	5	5	4	5	19	5	4	5	5	19
4	4	5	4	17	5	4	4	4	17	4	4	4	4	16
5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
4	4	5	4	17	4	4	4	5	17	4	4	5	4	17
5	4	4	5	18	4	4	5	4	17	4	4	5	5	18
5	4	4	4	17	4	5	4	3	16	4	4	5	4	17
5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
5	4	4	4	17	4	5	3	4	16	5	4	4	3	16
5	4	4	3	16	4	5	4	3	16	4	5	4	4	17
5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
5	4	4	4	17	4	4	4	5	17	4	4	4	3	15
5	4	4	5	18	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
5	4	4	5	18	5	5	4	3	17	4	5	4	4	17
4	4	3	5	16	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
5	4	5	4	18	4	4	5	4	17	3	4	5	5	17
5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
5	4	4	5	18	3	5	4	4	16	4	4	5	4	17
5	4	5	4	18	4	4	4	4	16	5	4	5	4	18
5	3	4	4	16	5	5	5	5	20	3	4	4	4	15
4	4	3	4	15	4	4	3	4	15	4	4	4	4	16
4	5	4	5	18	3	5	4	5	17	4	4	5	4	17

Program Hadiah					Motivasi					Minat Nasabah				
X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Total	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Total	Y1	Y2	Y3	Y4	Total
5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
4	5	4	4	17	5	4	3	4	16	4	4	4	4	16
3	4	4	4	15	5	5	4	5	19	5	5	5	4	19
5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
4	5	4	5	18	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
5	5	4	5	19	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
5	5	5	5	20	5	5	4	3	17	5	5	4	4	18
5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
5	4	4	3	16	4	4	4	4	16	5	4	4	4	17
4	3	4	4	15	5	5	5	5	20	5	4	4	5	18
5	3	4	4	16	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
4	4	5	5	18	4	4	4	4	16	5	5	5	5	20
5	4	4	4	17	4	4	4	5	17	4	4	4	3	15



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

## LEMBAR DISTRIBUSI FREKUENSI RESPONDEN

### a. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	30	34.5	34.5	34.5
	Perempuan	57	65.5	65.5	100.0
	Total	87	100.0	100.0	

### b. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Usia

Usia					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	30-35 thn	8	9.2	9.2	9.2
	36-40 thn	41	47.1	47.1	56.3
	41-45 thn	25	28.7	28.7	85.1
	>46 thn	13	14.9	14.9	100.0
	Total	87	100.0	100.0	

### c. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pengusaha	15	17.2	17.2	17.2
	Dokter	5	5.7	5.7	23.0
	PNS	13	14.9	14.9	37.9
	Pegawai Pemerintah	9	10.3	10.3	48.3
	Wiraswasta	20	23.0	23.0	71.3
	Lainnya	25	28.7	28.7	100.0
	Total	87	100.0	100.0	

## LEMBAR UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS

### A. Uji Validitas

#### a) Program Hadiah (X1)

		<b>Correlations</b>				
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.050	.267*	.167	.559**
	Sig. (2-tailed)		.642	.012	.122	.000
	N	87	87	87	87	87
X1.2	Pearson Correlation	.050	1	.197	.180	.539**
	Sig. (2-tailed)	.642		.067	.095	.000
	N	87	87	87	87	87
X1.3	Pearson Correlation	.267*	.197	1	.256*	.696**
	Sig. (2-tailed)	.012	.067		.017	.000
	N	87	87	87	87	87
X1.4	Pearson Correlation	.167	.180	.256*	1	.695**
	Sig. (2-tailed)	.122	.095	.017		.000
	N	87	87	87	87	87
X1	Pearson Correlation	.559**	.539**	.696**	.695**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	87	87	87	87	87

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

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

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ

No	Item Pertanyaan	r hitung	><	r tabel	Keterangan
1	X1.1	0,559	>	0,210	Valid
2	X1.2	0,539	>	0,210	Valid
3	X1.3	0,696	>	0,210	Valid
4	X1.4	0,695	>	0,210	Valid

**b) Motivasi (X2)**

Correlations						
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.345**	.464**	.406**	.758**
	Sig. (2-tailed)		.001	.000	.000	.000
	N	87	87	87	87	87
X2.2	Pearson Correlation	.345**	1	.202	.062	.477**
	Sig. (2-tailed)	.001		.061	.570	.000
	N	87	87	87	87	87
X2.3	Pearson Correlation	.464**	.202	1	.391**	.745**
	Sig. (2-tailed)	.000	.061		.000	.000
	N	87	87	87	87	87
X2.4	Pearson Correlation	.406**	.062	.391**	1	.768**
	Sig. (2-tailed)	.000	.570	.000		.000
	N	87	87	87	87	87
X2	Pearson Correlation	.758**	.477**	.745**	.768**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	87	87	87	87	87

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

No	Item Pertanyaan	r hitung	>>	r tabel	Keterangan
1	X2.1	0,758	>	0,210	Valid
2	X2.2	0,477	>	0,210	Valid
3	X2.3	0,745	>	0,210	Valid
4	X2.4	0,768	>	0,210	Valid

c) **Minat Nasabah**

<b>Correlations</b>						
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y
Y1	Pearson Correlation	1	.534**	.344**	.254*	.752**
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.018	.000
	N	87	87	87	87	87
Y2	Pearson Correlation	.534**	1	.447**	.520**	.799**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	87	87	87	87	87
Y3	Pearson Correlation	.344**	.447**	1	.507**	.708**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000		.000	.000
	N	87	87	87	87	87
Y4	Pearson Correlation	.254*	.520**	.507**	1	.758**
	Sig. (2-tailed)	.018	.000	.000		.000
	N	87	87	87	87	87
Y	Pearson Correlation	.752**	.799**	.708**	.758**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	87	87	87	87	87

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

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

No	Item Pertanyaan	r hitung	><	r tabel	Keterangan
1	Y1	0,752	>	0,210	Valid
2	Y2	0,799	>	0,210	Valid
3	Y3	0,708	>	0,210	Valid
4	Y4	0,758	>	0,210	Valid

## B. Uji Reliabilitas

### a) Program Hadiah (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.482	4

### b) Motivasi (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.624	4

### c) Minat Nasabah

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.713	4

## UJI NORMALITAS

### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		87
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0
	Std. Deviation	1
Most Extreme Differences	Absolute	.112
	Positive	.112
	Negative	-.109
Kolmogorov-Smirnov Z		1.047
Asymp. Sig. (2-tailed)		.223

a. Test distribution is Normal.

b. User-Specified

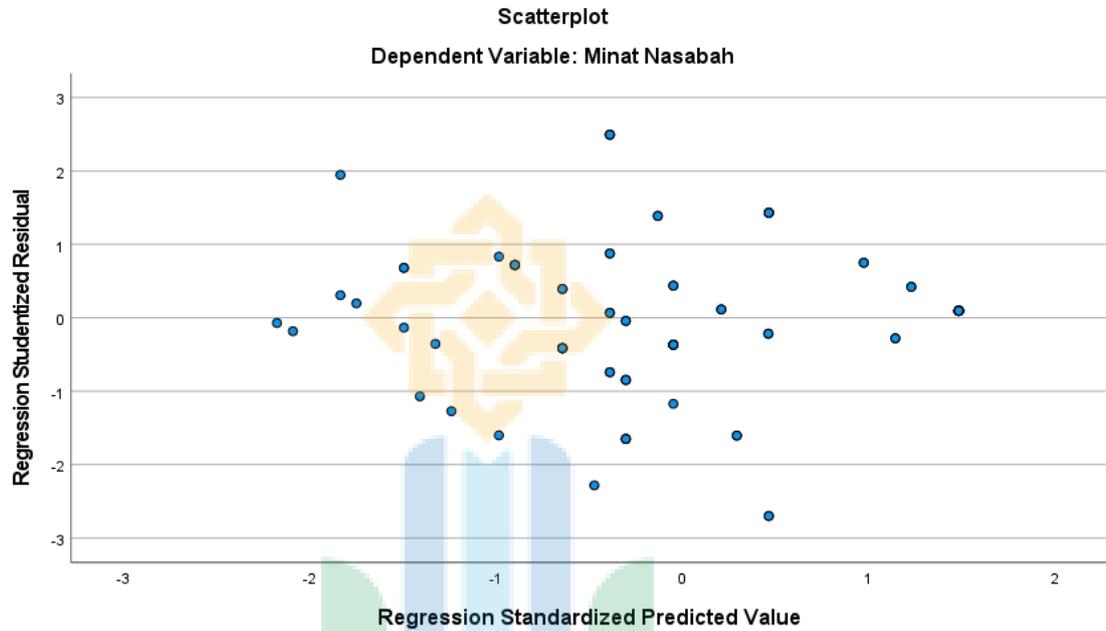
## UJI MULTIKOLINEARITAS

### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.007	1.452		.694	.490		
	Program Hadiah	.404	.089	.356	4.516	.000	.726	1.377
	Motivasi	.540	.079	.541	6.872	.000	.726	1.377

a. Dependent Variable: Minat Nasabah

## UJI HETEROSKEDASTISITAS



## UJI REGRESI LINEAR BERGANDA

### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients		
1	(Constant)	1.007	1.452		.694	.490
	Program Hadiah	.404	.089	.356	4.516	.000
	Motivasi	.540	.079	.541	6.872	.000

a. Dependent Variable: Minat Nasabah

## UJI PARSIAL T

### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.007	1.452		.694	.490
	Program Hadiah	.404	.089	.356	4.516	.000
	Motivasi	.540	.079	.541	6.872	.000

a. Dependent Variable: Minat Nasabah

## UJI SIMULTAN F

### ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	216.038	2	108.019	68.928	.000 <sup>b</sup>
	Residual	131.640	84	1.567		
	Total	347.678	86			

a. Dependent Variable: Minat Nasabah

b. Predictors: (Constant), Motivasi, Program Hadiah

## UJI KOEFISIEN DETERMINASI (R<sup>2</sup>)

### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.788 <sup>a</sup>	.621	.612	1.25185

a. Predictors: (Constant), Motivasi, Program Hadiah

b. Dependent Variable: Minat Nasabah

Tabel r untuk df = 1 - 50

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066
38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896
41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843
42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791
43	0.2483	0.2940	0.3457	0.3801	0.4742
44	0.2455	0.2907	0.3420	0.3761	0.4694
45	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721	0.4647
46	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683	0.4601
47	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646	0.4557
48	0.2353	0.2787	0.3281	0.3610	0.4514
49	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575	0.4473
50	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542	0.4432

Tabel r untuk df = 51 - 100

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

Tabel r untuk df = 101 - 150

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
101	0.1630	0.1937	0.2290	0.2528	0.3196
102	0.1622	0.1927	0.2279	0.2515	0.3181
103	0.1614	0.1918	0.2268	0.2504	0.3166
104	0.1606	0.1909	0.2257	0.2492	0.3152
105	0.1599	0.1900	0.2247	0.2480	0.3137
106	0.1591	0.1891	0.2236	0.2469	0.3123
107	0.1584	0.1882	0.2226	0.2458	0.3109
108	0.1576	0.1874	0.2216	0.2446	0.3095
109	0.1569	0.1865	0.2206	0.2436	0.3082
110	0.1562	0.1857	0.2196	0.2425	0.3068
111	0.1555	0.1848	0.2186	0.2414	0.3055
112	0.1548	0.1840	0.2177	0.2403	0.3042
113	0.1541	0.1832	0.2167	0.2393	0.3029
114	0.1535	0.1824	0.2158	0.2383	0.3016
115	0.1528	0.1816	0.2149	0.2373	0.3004
116	0.1522	0.1809	0.2139	0.2363	0.2991
117	0.1515	0.1801	0.2131	0.2353	0.2979
118	0.1509	0.1793	0.2122	0.2343	0.2967
119	0.1502	0.1786	0.2113	0.2333	0.2955
120	0.1496	0.1779	0.2104	0.2324	0.2943
121	0.1490	0.1771	0.2096	0.2315	0.2931
122	0.1484	0.1764	0.2087	0.2305	0.2920
123	0.1478	0.1757	0.2079	0.2296	0.2908
124	0.1472	0.1750	0.2071	0.2287	0.2897
125	0.1466	0.1743	0.2062	0.2278	0.2886
126	0.1460	0.1736	0.2054	0.2269	0.2875
127	0.1455	0.1729	0.2046	0.2260	0.2864
128	0.1449	0.1723	0.2039	0.2252	0.2853
129	0.1443	0.1716	0.2031	0.2243	0.2843
130	0.1438	0.1710	0.2023	0.2235	0.2832
131	0.1432	0.1703	0.2015	0.2226	0.2822
132	0.1427	0.1697	0.2008	0.2218	0.2811
133	0.1422	0.1690	0.2001	0.2210	0.2801
134	0.1416	0.1684	0.1993	0.2202	0.2791
135	0.1411	0.1678	0.1986	0.2194	0.2781
136	0.1406	0.1672	0.1979	0.2186	0.2771
137	0.1401	0.1666	0.1972	0.2178	0.2761
138	0.1396	0.1660	0.1965	0.2170	0.2752
139	0.1391	0.1654	0.1958	0.2163	0.2742
140	0.1386	0.1648	0.1951	0.2155	0.2733
141	0.1381	0.1642	0.1944	0.2148	0.2723
142	0.1376	0.1637	0.1937	0.2140	0.2714
143	0.1371	0.1631	0.1930	0.2133	0.2705
144	0.1367	0.1625	0.1924	0.2126	0.2696
145	0.1362	0.1620	0.1917	0.2118	0.2687
146	0.1357	0.1614	0.1911	0.2111	0.2678
147	0.1353	0.1609	0.1904	0.2104	0.2669
148	0.1348	0.1603	0.1898	0.2097	0.2660
149	0.1344	0.1598	0.1892	0.2090	0.2652
150	0.1339	0.1593	0.1886	0.2083	0.2643

Tabel r untuk df = 151 - 200

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
151	0.1335	0.1587	0.1879	0.2077	0.2635
152	0.1330	0.1582	0.1873	0.2070	0.2626
153	0.1326	0.1577	0.1867	0.2063	0.2618
154	0.1322	0.1572	0.1861	0.2057	0.2610
155	0.1318	0.1567	0.1855	0.2050	0.2602
156	0.1313	0.1562	0.1849	0.2044	0.2593
157	0.1309	0.1557	0.1844	0.2037	0.2585
158	0.1305	0.1552	0.1838	0.2031	0.2578
159	0.1301	0.1547	0.1832	0.2025	0.2570
160	0.1297	0.1543	0.1826	0.2019	0.2562
161	0.1293	0.1538	0.1821	0.2012	0.2554
162	0.1289	0.1533	0.1815	0.2006	0.2546
163	0.1285	0.1528	0.1810	0.2000	0.2539
164	0.1281	0.1524	0.1804	0.1994	0.2531
165	0.1277	0.1519	0.1799	0.1988	0.2524
166	0.1273	0.1515	0.1794	0.1982	0.2517
167	0.1270	0.1510	0.1788	0.1976	0.2509
168	0.1266	0.1506	0.1783	0.1971	0.2502
169	0.1262	0.1501	0.1778	0.1965	0.2495
170	0.1258	0.1497	0.1773	0.1959	0.2488
171	0.1255	0.1493	0.1768	0.1954	0.2481
172	0.1251	0.1488	0.1762	0.1948	0.2473
173	0.1247	0.1484	0.1757	0.1942	0.2467
174	0.1244	0.1480	0.1752	0.1937	0.2460
175	0.1240	0.1476	0.1747	0.1932	0.2453
176	0.1237	0.1471	0.1743	0.1926	0.2446
177	0.1233	0.1467	0.1738	0.1921	0.2439
178	0.1230	0.1463	0.1733	0.1915	0.2433
179	0.1226	0.1459	0.1728	0.1910	0.2426
180	0.1223	0.1455	0.1723	0.1905	0.2419
181	0.1220	0.1451	0.1719	0.1900	0.2413
182	0.1216	0.1447	0.1714	0.1895	0.2406
183	0.1213	0.1443	0.1709	0.1890	0.2400
184	0.1210	0.1439	0.1705	0.1884	0.2394
185	0.1207	0.1435	0.1700	0.1879	0.2387
186	0.1203	0.1432	0.1696	0.1874	0.2381
187	0.1200	0.1428	0.1691	0.1869	0.2375
188	0.1197	0.1424	0.1687	0.1865	0.2369
189	0.1194	0.1420	0.1682	0.1860	0.2363
190	0.1191	0.1417	0.1678	0.1855	0.2357
191	0.1188	0.1413	0.1674	0.1850	0.2351
192	0.1184	0.1409	0.1669	0.1845	0.2345
193	0.1181	0.1406	0.1665	0.1841	0.2339
194	0.1178	0.1402	0.1661	0.1836	0.2333
195	0.1175	0.1398	0.1657	0.1831	0.2327
196	0.1172	0.1395	0.1652	0.1827	0.2321
197	0.1169	0.1391	0.1648	0.1822	0.2315
198	0.1166	0.1388	0.1644	0.1818	0.2310
199	0.1164	0.1384	0.1640	0.1813	0.2304
200	0.1161	0.1381	0.1636	0.1809	0.2298

**Titik Persentase Distribusi t (df = 1 – 40)**

df	Pr 0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
1	1.00000	3.07768	6.31375	12.70620	31.82052	63.65674	318.30884
2	0.81650	1.88562	2.91999	4.30265	6.96456	9.92484	22.32712
3	0.76489	1.63774	2.35336	3.18245	4.54070	5.84091	10.21453
4	0.74070	1.53321	2.13185	2.77645	3.74695	4.60409	7.17318
5	0.72669	1.47588	2.01505	2.57058	3.36493	4.03214	5.89343
6	0.71756	1.43976	1.94318	2.44691	3.14267	3.70743	5.20763
7	0.71114	1.41492	1.89458	2.36462	2.99795	3.49948	4.78529
8	0.70639	1.39682	1.85955	2.30600	2.89646	3.35539	4.50079
9	0.70272	1.38303	1.83311	2.26216	2.82144	3.24984	4.29681
10	0.69981	1.37218	1.81246	2.22814	2.76377	3.16927	4.14370
11	0.69745	1.36343	1.79588	2.20099	2.71808	3.10581	4.02470
12	0.69548	1.35622	1.78229	2.17881	2.68100	3.05454	3.92963
13	0.69383	1.35017	1.77093	2.16037	2.65031	3.01228	3.85198
14	0.69242	1.34503	1.76131	2.14479	2.62449	2.97684	3.78739
15	0.69120	1.34061	1.75305	2.13145	2.60248	2.94671	3.73283
16	0.69013	1.33676	1.74588	2.11991	2.58349	2.92078	3.68615
17	0.68920	1.33338	1.73961	2.10982	2.56693	2.89823	3.64577
18	0.68836	1.33039	1.73406	2.10092	2.55238	2.87844	3.61048
19	0.68762	1.32773	1.72913	2.09302	2.53948	2.86093	3.57940
20	0.68695	1.32534	1.72472	2.08596	2.52798	2.84534	3.55181
21	0.68635	1.32319	1.72074	2.07961	2.51765	2.83136	3.52715
22	0.68581	1.32124	1.71714	2.07387	2.50832	2.81876	3.50499
23	0.68531	1.31946	1.71387	2.06866	2.49987	2.80734	3.48496
24	0.68485	1.31784	1.71088	2.06390	2.49216	2.79694	3.46678
25	0.68443	1.31635	1.70814	2.05954	2.48511	2.78744	3.45019
26	0.68404	1.31497	1.70562	2.05553	2.47863	2.77871	3.43500
27	0.68368	1.31370	1.70329	2.05183	2.47266	2.77068	3.42103
28	0.68335	1.31253	1.70113	2.04841	2.46714	2.76326	3.40816
29	0.68304	1.31143	1.69913	2.04523	2.46202	2.75639	3.39624
30	0.68276	1.31042	1.69726	2.04227	2.45726	2.75000	3.38518
31	0.68249	1.30946	1.69552	2.03951	2.45282	2.74404	3.37490
32	0.68223	1.30857	1.69389	2.03693	2.44868	2.73848	3.36531
33	0.68200	1.30774	1.69236	2.03452	2.44479	2.73328	3.35634
34	0.68177	1.30695	1.69092	2.03224	2.44115	2.72839	3.34793
35	0.68156	1.30621	1.68957	2.03011	2.43772	2.72381	3.34005
36	0.68137	1.30551	1.68830	2.02809	2.43449	2.71948	3.33262
37	0.68118	1.30485	1.68709	2.02619	2.43145	2.71541	3.32563
38	0.68100	1.30423	1.68595	2.02439	2.42857	2.71156	3.31903
39	0.68083	1.30364	1.68488	2.02269	2.42584	2.70791	3.31279
40	0.68067	1.30308	1.68385	2.02108	2.42326	2.70446	3.30688

Catatan: Probabilita yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

**Titik Persentase Distribusi t (df = 41 – 80)**

df \ Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
41	0.68052	1.30254	1.68288	2.01954	2.42080	2.70118	3.30127
42	0.68038	1.30204	1.68195	2.01808	2.41847	2.69807	3.29595
43	0.68024	1.30155	1.68107	2.01669	2.41625	2.69510	3.29089
44	0.68011	1.30109	1.68023	2.01537	2.41413	2.69228	3.28607
45	0.67998	1.30065	1.67943	2.01410	2.41212	2.68959	3.28148
46	0.67986	1.30023	1.67866	2.01290	2.41019	2.68701	3.27710
47	0.67975	1.29982	1.67793	2.01174	2.40835	2.68456	3.27291
48	0.67964	1.29944	1.67722	2.01063	2.40658	2.68220	3.26891
49	0.67953	1.29907	1.67655	2.00958	2.40489	2.67995	3.26508
50	0.67943	1.29871	1.67591	2.00856	2.40327	2.67779	3.26141
51	0.67933	1.29837	1.67528	2.00758	2.40172	2.67572	3.25789
52	0.67924	1.29805	1.67469	2.00665	2.40022	2.67373	3.25451
53	0.67915	1.29773	1.67412	2.00575	2.39879	2.67182	3.25127
54	0.67906	1.29743	1.67356	2.00488	2.39741	2.66998	3.24815
55	0.67898	1.29713	1.67303	2.00404	2.39608	2.66822	3.24515
56	0.67890	1.29685	1.67252	2.00324	2.39480	2.66651	3.24226
57	0.67882	1.29658	1.67203	2.00247	2.39357	2.66487	3.23948
58	0.67874	1.29632	1.67155	2.00172	2.39238	2.66329	3.23680
59	0.67867	1.29607	1.67109	2.00100	2.39123	2.66176	3.23421
60	0.67860	1.29582	1.67065	2.00030	2.39012	2.66028	3.23171
61	0.67853	1.29558	1.67022	1.99962	2.38905	2.65886	3.22930
62	0.67847	1.29536	1.66980	1.99897	2.38801	2.65748	3.22696
63	0.67840	1.29513	1.66940	1.99834	2.38701	2.65615	3.22471
64	0.67834	1.29492	1.66901	1.99773	2.38604	2.65485	3.22253
65	0.67828	1.29471	1.66864	1.99714	2.38510	2.65360	3.22041
66	0.67823	1.29451	1.66827	1.99656	2.38419	2.65239	3.21837
67	0.67817	1.29432	1.66792	1.99601	2.38330	2.65122	3.21639
68	0.67811	1.29413	1.66757	1.99547	2.38245	2.65008	3.21446
69	0.67806	1.29394	1.66724	1.99495	2.38161	2.64898	3.21260
70	0.67801	1.29376	1.66691	1.99444	2.38081	2.64790	3.21079
71	0.67796	1.29359	1.66660	1.99394	2.38002	2.64686	3.20903
72	0.67791	1.29342	1.66629	1.99346	2.37926	2.64585	3.20733
73	0.67787	1.29326	1.66600	1.99300	2.37852	2.64487	3.20567
74	0.67782	1.29310	1.66571	1.99254	2.37780	2.64391	3.20406
75	0.67778	1.29294	1.66543	1.99210	2.37710	2.64298	3.20249
76	0.67773	1.29279	1.66515	1.99167	2.37642	2.64208	3.20096
77	0.67769	1.29264	1.66488	1.99125	2.37576	2.64120	3.19948
78	0.67765	1.29250	1.66462	1.99085	2.37511	2.64034	3.19804
79	0.67761	1.29236	1.66437	1.99045	2.37448	2.63950	3.19663
80	0.67757	1.29222	1.66412	1.99006	2.37387	2.63869	3.19526

Catatan: Probabilita yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

**Titik Persentase Distribusi t (df = 81 –120)**

df \ Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013
120	0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954

Catatan: Probabilita yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

**Titik Persentase Distribusi t (df = 121 –160)**

df \ Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
121	0.67652	1.28859	1.65754	1.97976	2.35756	2.61707	3.15895
122	0.67651	1.28853	1.65744	1.97960	2.35730	2.61673	3.15838
123	0.67649	1.28847	1.65734	1.97944	2.35705	2.61639	3.15781
124	0.67647	1.28842	1.65723	1.97928	2.35680	2.61606	3.15726
125	0.67646	1.28836	1.65714	1.97912	2.35655	2.61573	3.15671
126	0.67644	1.28831	1.65704	1.97897	2.35631	2.61541	3.15617
127	0.67643	1.28825	1.65694	1.97882	2.35607	2.61510	3.15565
128	0.67641	1.28820	1.65685	1.97867	2.35583	2.61478	3.15512
129	0.67640	1.28815	1.65675	1.97852	2.35560	2.61448	3.15461
130	0.67638	1.28810	1.65666	1.97838	2.35537	2.61418	3.15411
131	0.67637	1.28805	1.65657	1.97824	2.35515	2.61388	3.15361
132	0.67635	1.28800	1.65648	1.97810	2.35493	2.61359	3.15312
133	0.67634	1.28795	1.65639	1.97796	2.35471	2.61330	3.15264
134	0.67633	1.28790	1.65630	1.97783	2.35450	2.61302	3.15217
135	0.67631	1.28785	1.65622	1.97769	2.35429	2.61274	3.15170
136	0.67630	1.28781	1.65613	1.97756	2.35408	2.61246	3.15124
137	0.67628	1.28776	1.65605	1.97743	2.35387	2.61219	3.15079
138	0.67627	1.28772	1.65597	1.97730	2.35367	2.61193	3.15034
139	0.67626	1.28767	1.65589	1.97718	2.35347	2.61166	3.14990
140	0.67625	1.28763	1.65581	1.97705	2.35328	2.61140	3.14947
141	0.67623	1.28758	1.65573	1.97693	2.35309	2.61115	3.14904
142	0.67622	1.28754	1.65566	1.97681	2.35289	2.61090	3.14862
143	0.67621	1.28750	1.65558	1.97669	2.35271	2.61065	3.14820
144	0.67620	1.28746	1.65550	1.97658	2.35252	2.61040	3.14779
145	0.67619	1.28742	1.65543	1.97646	2.35234	2.61016	3.14739
146	0.67617	1.28738	1.65536	1.97635	2.35216	2.60992	3.14699
147	0.67616	1.28734	1.65529	1.97623	2.35198	2.60969	3.14660
148	0.67615	1.28730	1.65521	1.97612	2.35181	2.60946	3.14621
149	0.67614	1.28726	1.65514	1.97601	2.35163	2.60923	3.14583
150	0.67613	1.28722	1.65508	1.97591	2.35146	2.60900	3.14545
151	0.67612	1.28718	1.65501	1.97580	2.35130	2.60878	3.14508
152	0.67611	1.28715	1.65494	1.97569	2.35113	2.60856	3.14471
153	0.67610	1.28711	1.65487	1.97559	2.35097	2.60834	3.14435
154	0.67609	1.28707	1.65481	1.97549	2.35081	2.60813	3.14400
155	0.67608	1.28704	1.65474	1.97539	2.35065	2.60792	3.14364
156	0.67607	1.28700	1.65468	1.97529	2.35049	2.60771	3.14330
157	0.67606	1.28697	1.65462	1.97519	2.35033	2.60751	3.14295
158	0.67605	1.28693	1.65455	1.97509	2.35018	2.60730	3.14261
159	0.67604	1.28690	1.65449	1.97500	2.35003	2.60710	3.14228
160	0.67603	1.28687	1.65443	1.97490	2.34988	2.60691	3.14195

Catatan: Probabilita yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

**Titik Persentase Distribusi t (df = 161 –200)**

df \ Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
161	0.67602	1.28683	1.65437	1.97481	2.34973	2.60671	3.14162
162	0.67601	1.28680	1.65431	1.97472	2.34959	2.60652	3.14130
163	0.67600	1.28677	1.65426	1.97462	2.34944	2.60633	3.14098
164	0.67599	1.28673	1.65420	1.97453	2.34930	2.60614	3.14067
165	0.67598	1.28670	1.65414	1.97445	2.34916	2.60595	3.14036
166	0.67597	1.28667	1.65408	1.97436	2.34902	2.60577	3.14005
167	0.67596	1.28664	1.65403	1.97427	2.34888	2.60559	3.13975
168	0.67595	1.28661	1.65397	1.97419	2.34875	2.60541	3.13945
169	0.67594	1.28658	1.65392	1.97410	2.34862	2.60523	3.13915
170	0.67594	1.28655	1.65387	1.97402	2.34848	2.60506	3.13886
171	0.67593	1.28652	1.65381	1.97393	2.34835	2.60489	3.13857
172	0.67592	1.28649	1.65376	1.97385	2.34822	2.60471	3.13829
173	0.67591	1.28646	1.65371	1.97377	2.34810	2.60455	3.13801
174	0.67590	1.28644	1.65366	1.97369	2.34797	2.60438	3.13773
175	0.67589	1.28641	1.65361	1.97361	2.34784	2.60421	3.13745
176	0.67589	1.28638	1.65356	1.97353	2.34772	2.60405	3.13718
177	0.67588	1.28635	1.65351	1.97346	2.34760	2.60389	3.13691
178	0.67587	1.28633	1.65346	1.97338	2.34748	2.60373	3.13665
179	0.67586	1.28630	1.65341	1.97331	2.34736	2.60357	3.13638
180	0.67586	1.28627	1.65336	1.97323	2.34724	2.60342	3.13612
181	0.67585	1.28625	1.65332	1.97316	2.34713	2.60326	3.13587
182	0.67584	1.28622	1.65327	1.97308	2.34701	2.60311	3.13561
183	0.67583	1.28619	1.65322	1.97301	2.34690	2.60296	3.13536
184	0.67583	1.28617	1.65318	1.97294	2.34678	2.60281	3.13511
185	0.67582	1.28614	1.65313	1.97287	2.34667	2.60267	3.13487
186	0.67581	1.28612	1.65309	1.97280	2.34656	2.60252	3.13463
187	0.67580	1.28610	1.65304	1.97273	2.34645	2.60238	3.13438
188	0.67580	1.28607	1.65300	1.97266	2.34635	2.60223	3.13415
189	0.67579	1.28605	1.65296	1.97260	2.34624	2.60209	3.13391
190	0.67578	1.28602	1.65291	1.97253	2.34613	2.60195	3.13368
191	0.67578	1.28600	1.65287	1.97246	2.34603	2.60181	3.13345
192	0.67577	1.28598	1.65283	1.97240	2.34593	2.60168	3.13322
193	0.67576	1.28595	1.65279	1.97233	2.34582	2.60154	3.13299
194	0.67576	1.28593	1.65275	1.97227	2.34572	2.60141	3.13277
195	0.67575	1.28591	1.65271	1.97220	2.34562	2.60128	3.13255
196	0.67574	1.28589	1.65267	1.97214	2.34552	2.60115	3.13233
197	0.67574	1.28586	1.65263	1.97208	2.34543	2.60102	3.13212
198	0.67573	1.28584	1.65259	1.97202	2.34533	2.60089	3.13190
199	0.67572	1.28582	1.65255	1.97196	2.34523	2.60076	3.13169
200	0.67572	1.28580	1.65251	1.97190	2.34514	2.60063	3.13148

Catatan: Probabilita yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

**Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05**

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	161	199	216	225	230	234	237	239	241	242	243	244	245	245	246
2	18.51	19.00	19.16	19.25	19.30	19.33	19.35	19.37	19.38	19.40	19.40	19.41	19.42	19.42	19.43
3	10.13	9.55	9.28	9.12	9.01	8.94	8.89	8.85	8.81	8.79	8.76	8.74	8.73	8.71	8.70
4	7.71	6.94	6.59	6.39	6.26	6.16	6.09	6.04	6.00	5.96	5.94	5.91	5.89	5.87	5.86
5	6.61	5.79	5.41	5.19	5.05	4.95	4.88	4.82	4.77	4.74	4.70	4.68	4.66	4.64	4.62
6	5.99	5.14	4.76	4.53	4.39	4.28	4.21	4.15	4.10	4.06	4.03	4.00	3.98	3.96	3.94
7	5.59	4.74	4.35	4.12	3.97	3.87	3.79	3.73	3.68	3.64	3.60	3.57	3.55	3.53	3.51
8	5.32	4.46	4.07	3.84	3.69	3.58	3.50	3.44	3.39	3.35	3.31	3.28	3.26	3.24	3.22
9	5.12	4.26	3.86	3.63	3.48	3.37	3.29	3.23	3.18	3.14	3.10	3.07	3.05	3.03	3.01
10	4.96	4.10	3.71	3.48	3.33	3.22	3.14	3.07	3.02	2.98	2.94	2.91	2.89	2.86	2.85
11	4.84	3.98	3.59	3.36	3.20	3.09	3.01	2.95	2.90	2.85	2.82	2.79	2.76	2.74	2.72
12	4.75	3.89	3.49	3.26	3.11	3.00	2.91	2.85	2.80	2.75	2.72	2.69	2.66	2.64	2.62
13	4.67	3.81	3.41	3.18	3.03	2.92	2.83	2.77	2.71	2.67	2.63	2.60	2.58	2.55	2.53
14	4.60	3.74	3.34	3.11	2.96	2.85	2.76	2.70	2.65	2.60	2.57	2.53	2.51	2.48	2.46
15	4.54	3.68	3.29	3.06	2.90	2.79	2.71	2.64	2.59	2.54	2.51	2.48	2.45	2.42	2.40
16	4.49	3.63	3.24	3.01	2.85	2.74	2.66	2.59	2.54	2.49	2.46	2.42	2.40	2.37	2.35
17	4.45	3.59	3.20	2.96	2.81	2.70	2.61	2.55	2.49	2.45	2.41	2.38	2.35	2.33	2.31
18	4.41	3.55	3.16	2.93	2.77	2.66	2.58	2.51	2.46	2.41	2.37	2.34	2.31	2.29	2.27
19	4.38	3.52	3.13	2.90	2.74	2.63	2.54	2.48	2.42	2.38	2.34	2.31	2.28	2.26	2.23
20	4.35	3.49	3.10	2.87	2.71	2.60	2.51	2.45	2.39	2.35	2.31	2.28	2.25	2.22	2.20
21	4.32	3.47	3.07	2.84	2.68	2.57	2.49	2.42	2.37	2.32	2.28	2.25	2.22	2.20	2.18
22	4.30	3.44	3.05	2.82	2.66	2.55	2.46	2.40	2.34	2.30	2.26	2.23	2.20	2.17	2.15
23	4.28	3.42	3.03	2.80	2.64	2.53	2.44	2.37	2.32	2.27	2.24	2.20	2.18	2.15	2.13
24	4.26	3.40	3.01	2.78	2.62	2.51	2.42	2.36	2.30	2.25	2.22	2.18	2.15	2.13	2.11
25	4.24	3.39	2.99	2.76	2.60	2.49	2.40	2.34	2.28	2.24	2.20	2.16	2.14	2.11	2.09
26	4.23	3.37	2.98	2.74	2.59	2.47	2.39	2.32	2.27	2.22	2.18	2.15	2.12	2.09	2.07
27	4.21	3.35	2.96	2.73	2.57	2.46	2.37	2.31	2.25	2.20	2.17	2.13	2.10	2.08	2.06
28	4.20	3.34	2.95	2.71	2.56	2.45	2.36	2.29	2.24	2.19	2.15	2.12	2.09	2.06	2.04
29	4.18	3.33	2.93	2.70	2.55	2.43	2.35	2.28	2.22	2.18	2.14	2.10	2.08	2.05	2.03
30	4.17	3.32	2.92	2.69	2.53	2.42	2.33	2.27	2.21	2.16	2.13	2.09	2.06	2.04	2.01
31	4.16	3.30	2.91	2.68	2.52	2.41	2.32	2.25	2.20	2.15	2.11	2.08	2.05	2.03	2.00
32	4.15	3.29	2.90	2.67	2.51	2.40	2.31	2.24	2.19	2.14	2.10	2.07	2.04	2.01	1.99
33	4.14	3.28	2.89	2.66	2.50	2.39	2.30	2.23	2.18	2.13	2.09	2.06	2.03	2.00	1.98
34	4.13	3.28	2.88	2.65	2.49	2.38	2.29	2.23	2.17	2.12	2.08	2.05	2.02	1.99	1.97
35	4.12	3.27	2.87	2.64	2.49	2.37	2.29	2.22	2.16	2.11	2.07	2.04	2.01	1.99	1.96
36	4.11	3.26	2.87	2.63	2.48	2.36	2.28	2.21	2.15	2.11	2.07	2.03	2.00	1.98	1.95
37	4.11	3.25	2.86	2.63	2.47	2.36	2.27	2.20	2.14	2.10	2.06	2.02	2.00	1.97	1.95
38	4.10	3.24	2.85	2.62	2.46	2.35	2.26	2.19	2.14	2.09	2.05	2.02	1.99	1.96	1.94
39	4.09	3.24	2.85	2.61	2.46	2.34	2.26	2.19	2.13	2.08	2.04	2.01	1.98	1.95	1.93
40	4.08	3.23	2.84	2.61	2.45	2.34	2.25	2.18	2.12	2.08	2.04	2.00	1.97	1.95	1.92
41	4.08	3.23	2.83	2.60	2.44	2.33	2.24	2.17	2.12	2.07	2.03	2.00	1.97	1.94	1.92
42	4.07	3.22	2.83	2.59	2.44	2.32	2.24	2.17	2.11	2.06	2.03	1.99	1.96	1.94	1.91
43	4.07	3.21	2.82	2.59	2.43	2.32	2.23	2.16	2.11	2.06	2.02	1.99	1.96	1.93	1.91
44	4.06	3.21	2.82	2.58	2.43	2.31	2.23	2.16	2.10	2.05	2.01	1.98	1.95	1.92	1.90
45	4.06	3.20	2.81	2.58	2.42	2.31	2.22	2.15	2.10	2.05	2.01	1.97	1.94	1.92	1.89

**Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05**

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
46	4.05	3.20	2.81	2.57	2.42	2.30	2.22	2.15	2.09	2.04	2.00	1.97	1.94	1.91	1.89
47	4.05	3.20	2.80	2.57	2.41	2.30	2.21	2.14	2.09	2.04	2.00	1.96	1.93	1.91	1.88
48	4.04	3.19	2.80	2.57	2.41	2.29	2.21	2.14	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
49	4.04	3.19	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
50	4.03	3.18	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.07	2.03	1.99	1.95	1.92	1.89	1.87
51	4.03	3.18	2.79	2.55	2.40	2.28	2.20	2.13	2.07	2.02	1.98	1.95	1.92	1.89	1.87
52	4.03	3.18	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.07	2.02	1.98	1.94	1.91	1.89	1.86
53	4.02	3.17	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
54	4.02	3.17	2.78	2.54	2.39	2.27	2.18	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
55	4.02	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.06	2.01	1.97	1.93	1.90	1.88	1.85
56	4.01	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
57	4.01	3.16	2.77	2.53	2.38	2.26	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
58	4.01	3.16	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.05	2.00	1.96	1.92	1.89	1.87	1.84
59	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.04	2.00	1.96	1.92	1.89	1.86	1.84
60	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.25	2.17	2.10	2.04	1.99	1.95	1.92	1.89	1.86	1.84
61	4.00	3.15	2.76	2.52	2.37	2.25	2.16	2.09	2.04	1.99	1.95	1.91	1.88	1.86	1.83
62	4.00	3.15	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.99	1.95	1.91	1.88	1.85	1.83
63	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
64	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.24	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
65	3.99	3.14	2.75	2.51	2.36	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.85	1.82
66	3.99	3.14	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.84	1.82
67	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.98	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
68	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
69	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.86	1.84	1.81
70	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.14	2.07	2.02	1.97	1.93	1.89	1.86	1.84	1.81
71	3.98	3.13	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.97	1.93	1.89	1.86	1.83	1.81
72	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
73	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
74	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.22	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.85	1.83	1.80
75	3.97	3.12	2.73	2.49	2.34	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.83	1.80
76	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
77	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
78	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.80
79	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.79
80	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.21	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.84	1.82	1.79
81	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.82	1.79
82	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
83	3.96	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
84	3.95	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
85	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
86	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.78
87	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.83	1.81	1.78
88	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.81	1.78
89	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
90	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78

**Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05**

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.77
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.80	1.77
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
101	3.94	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
102	3.93	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
103	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
104	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
105	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.81	1.79	1.76
106	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
107	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
108	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
109	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
110	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
111	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
112	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
113	3.93	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.87	1.84	1.81	1.78	1.76
114	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
115	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
116	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
117	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
118	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
119	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
120	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
121	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
122	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
123	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
124	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
125	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
126	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
127	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
128	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
129	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
130	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
131	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
132	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
133	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
134	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
135	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.77	1.74

**Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05**

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
136	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.77	1.74
137	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
138	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
139	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
140	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
141	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.08	2.00	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
142	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.07	2.00	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
143	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
144	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
145	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.94	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
146	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.94	1.90	1.85	1.82	1.79	1.76	1.74
147	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.94	1.90	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
148	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.94	1.90	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
149	3.90	3.06	2.67	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
150	3.90	3.06	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
151	3.90	3.06	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
152	3.90	3.06	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
153	3.90	3.06	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.78	1.76	1.73
154	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.78	1.76	1.73
155	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.78	1.76	1.73
156	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.76	1.73
157	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.76	1.73
158	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
159	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
160	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
161	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
162	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
163	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
164	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
165	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
166	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
167	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.06	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
168	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.06	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
169	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.06	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
170	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
171	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
172	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
173	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
174	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
175	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
176	3.89	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
177	3.89	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
178	3.89	3.05	2.66	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
179	3.89	3.05	2.66	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
180	3.89	3.05	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.77	1.75	1.72

**Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05**

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
181	3.89	3.05	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.77	1.75	1.72
182	3.89	3.05	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.77	1.75	1.72
183	3.89	3.05	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.77	1.75	1.72
184	3.89	3.05	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.77	1.75	1.72
185	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.75	1.72
186	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.75	1.72
187	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
188	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
189	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
190	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
191	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
192	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
193	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
194	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
195	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
196	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
197	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
198	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
199	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
200	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.06	1.98	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
201	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.06	1.98	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
202	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.06	1.98	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
203	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.05	1.98	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
204	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.05	1.98	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
205	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.05	1.98	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
206	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.05	1.98	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
207	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.05	1.98	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.71
208	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.05	1.98	1.93	1.88	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
209	3.89	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.88	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
210	3.89	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.88	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
211	3.89	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.88	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
212	3.89	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.88	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
213	3.89	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.88	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
214	3.89	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.88	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
215	3.89	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
216	3.88	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
217	3.88	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
218	3.88	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
219	3.88	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
220	3.88	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.76	1.74	1.71
221	3.88	3.04	2.65	2.41	2.25	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.76	1.74	1.71
222	3.88	3.04	2.65	2.41	2.25	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.76	1.74	1.71
223	3.88	3.04	2.65	2.41	2.25	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.76	1.74	1.71
224	3.88	3.04	2.64	2.41	2.25	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.76	1.74	1.71
225	3.88	3.04	2.64	2.41	2.25	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.76	1.74	1.71



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](mailto:febi@uinkhas.ac.id) Website <http://uinkhas.ac.id>



**SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI**

Bagian Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menerangkan bahwa :

Nama : Nilam Zulfi Jazilah  
NIM : 204105010116  
Program Studi : PERBANKAN SYARIAH  
Judul : Pengaruh Program Hadiah dan Motivasi terhadap Minat Nasabah dalam Menggunakan Produk Tabungan Suka-Suka Extra di Bank Mega Syariah KCP Jember

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 25%.

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 25 April 2024  
Operator Turnitin  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER  
(Herson F. Q)



## SURAT KETERANGAN

Kami yang bertandatangan di bawah ini, menerangkan bahwa

Nama : Nilam Zulfi Jazilah

NIM : 204105010116

Semester : VIII/8

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

Jember, 02 Mei 2024

Koordinator Prodi. Perbankan Syariah,



Ana Pratiwi, M.S.A

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

## BIODATA PENULIS



Nama : Nilam Zulfi Jazilah  
NIM : 204105010116  
Tempat dan Tanggal Lahir : Jember, 16 Oktober 2001  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Alamat : Jl. Teratai VIII Lingk. Condro RT 002/RW 006,  
Kecamatan Kaliwates, Kabupaten Jember  
Agama : Islam  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Program Studi : Perbankan Syariah  
No. HP : 081234018147  
Email : nilamzulfi479@gmail.com

### Riwayat Pendidikan

1. MI MIMA Condro : 2008 - 2014
2. MTs Al-Azhar : 2014 - 2017
3. SMA Plus Al-Azhar : 2017 - 2020
4. UIN KHAS Jember : 2020 - 2024