

**PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA
TERHADAP MINAT NASABAH PEMBIAYAAN PENSIUNAN
DI BANK SYARIAH INDONESIA
KCP JEMBER BALUNG**

SKRIPSI

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



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

Oleh: UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

ELVA MUYASSAROH
NIM : E20181089

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
digilib.uinkhas.ac.id **KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER** digilib.uinkhas.ac.id
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
JUNI 2022

**PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA
TERHADAP MINAT NASABAH PEMBIAYAAN PENSIUNAN
DI BANK SYARIAH INDONESIA
KCP JEMBER BALUNG**

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:

ELVA MUYASSAROH
NIM : E20181089

Disetujui Pembimbing



Dr. Siti Masrohatin, S.E., M.M
NIP. 197806122009122001

**PENGARUH PROMOSI KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA
TERHADAP MINAT NASABAH PEMBIAYAAN PENSIUNAN DI BANK
SYARIAH INDONESIA KCP JEMBER BALUNG**

SKRIPSI

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

Hari : Senin

Tanggal : 27 Juni 2022

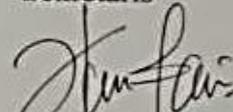
Tim Penguji

Ketua



Muhammad Saiful Anam, M.Ag
NIP. 197111142003121002

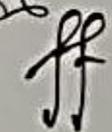
Sekretaris



Ayyu Amin Mustafidah, M.E
NIP. 199107152019032013

Anggota:

1. Dr. Hj. Nurul Setyaningrum, S.E., M.M
2. Dr. Siti Masrohatin, S.E., M.M

()
()

Menyetujui

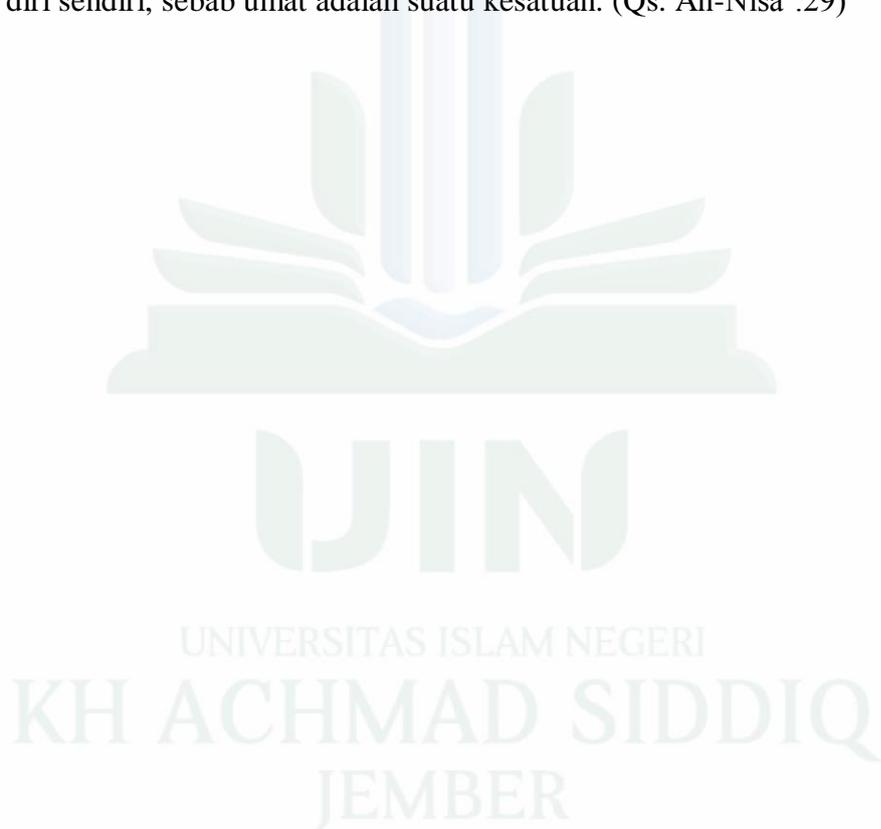
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



MOTTO

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ
تِجْرَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu, Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu. Larangan membunuh diri sendiri mencakup juga larangan membunuh orang lain, karena membunuh orang lain berarti membunuh diri sendiri, sebab umat adalah suatu kesatuan. (Qs. An-Nisa':29)¹



digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

¹ Al-Qur'an dan terjemahan, 2:29.

PERSEMBAHAN

Demi nama Allah SWT Yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang beserta junjungan kita semua Nabi Muhammad SAW, semoga skripsi ini memperoleh Ridho Allah SWT. Sebagai tanda terimakasih, penulis peruntukkan skripsi ini untuk:

1. Kedua orang tuaku tercinta, Bapak Saiful Hadi serta Ibu Siti Khilyatul Fitriyah.
2. Segenap keluarga besar saya yang sudah memberi semangat
3. Universitas saya khususnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN KHAS Jember.
4. Kawan seperjuangan PS-2 yang selalu menyemangati saya serta saling memotivasi dalam menyelesaikan tugas akhir.

Terimakasih yang sebesar-besarnya untuk semuanya semoga skripsi ini bisa berguna untuk kedepannya.

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah atas kehadiran Tuhan yang maha Esa yang sudah memberi peluang untuk saya menyelesaikan skripsi ini sebagai tugas akhir saya.

Sholawat serta salam tetap terlimpahkan kepada Nabi kita Muhammad SAW yang telah membawa kita pada kehidupan yang penuh cakrawala pengetahuan seperti saat ini.

Puji syukur saya sampaikan kepada Allah SWT sebab atas izin-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Minat Nasabah Pembiayaan Pensiunan di Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung”**

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan rasa terimakasih kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Babun Suharto, S.E., M.M. Rektor UIN KHAS Jember.
2. Bapak Dr. Khamdan Rifa'i SE.,M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN KHAS Jember.
3. Ibu Dr. Hj. Nurul Setianingrum, S.E., M.M. selaku koordinator Program Studi Perbankan Syariah.
4. Ibu Dr. Siti Masrohatin, SE, MM. selaku dosen pembimbing proposal skripsi sebab sudah meluangkan waktu, membimbing dalam menyusun proses penyelesaian skripsi ini.

5. Kepala Perpustakaan UIN KH Achmad Siddiq Jember serta semua civitas, yang sudah menolong memberi literature serta referensi yang bisa menunjang teori penelitian ini.
6. Bapak serta Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Bisnis Islam UIN KH Achmad Siddiq Jember yang sudah memberi banyak ma'rifah yang diberikan untuk kami serta mudah-mudahan berguna Amiin.
7. Bapak Bayu Krisna Wardana selalu pimpinan Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung dan Bapak Agung Rizal Trie Prasetyo selaku koordinator marketing pembiayaan pensiun yang telah memberikan dukungan dan bantuan selama melaksanakan penelitian dilapangan.

Peneliti sadar jika skripsi ini masih belum sempurna, dan peneliti mengharapkan saran serta kritik dari siapa saja yang membaca untuk kesempurnaan skripsi kedepannya. Peneliti memberi banyak harapan ini akan berguna untuk seluruh anggota, terutama penulis sendiri.

Jember, 06 April 2022

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER
Penulis

ABSTRAK

Elva Muyassaroh, Dr. Siti Masrohatin, S.E M.M 2022: *Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Minat Nasabah Pembiayaan Pensiunan di Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung.*

Pembiayaan pensiun merupakan pendanaan bagi pensiunan yang ingin mencukupi kebutuhannya. Ini adalah menjadi solusi para pensiun yang membutuhkan pembiayaan dengan cara mudah dan praktis. Secara umum kegiatan promosi merupakan kegiatan perusahaan untuk berkomunikasi dengan konsumen, namun kualitas pelayanan sangat penting untuk membangun hubungan dengan konsumen. Pelayanan yang baik membuat konsumen senang dan mengarah pada pembelian berulang sendiri. Harga merupakan suatu hal yang utama saat pemasaran. Harga yang rendah bisa mendorong seseorang untuk menggunakan produk perusahaan.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: 1. Apakah Promosi, Kualitas Pelayanan dan Harga berpengaruh secara parsial terhadap minat nasabah pembiayaan pensiunan di Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung? 2. Apakah Promosi, Kualitas Pelayanan dan Harga berpengaruh secara simultan terhadap minat nasabah pembiayaan pensiunan di Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung?

Tujuan penelitian ini: 1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Promosi, Kualitas pelayanan dan Harga secara parsial terhadap minat nasabah pembiayaan pensiunan di Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung. 2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh promosi, Kualitas pelayanan dan Harga secara simultan terhadap minat nasabah pembiayaan pensiunan di Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung.

Metode skripsi ini memakai kuantitatif serta jenis penelitian lapangan. Data primer digunakan sebagai metode pengumpulan data memakai teknik angket, observasi, serta dokumentasi. Populasi penelitian ini yakni nasabah pembiayaan pensiun, dengan total 40 nasabah. Pengambilan sampel memakai teknik *sampling jenuh*, teknik pengambilan sampel yang dilakukan dengan mengambil sampel seluruh populasi dan menggunakan program SPSS Statistics Version 21 untuk alat analisis uji validasi dan reliabilitas, uji asumsi klasik, uji hipotesis, analisis regresi linier berganda, dan uji koefisien (R^2).

Kesimpulan penelitian ini secara parsial variabel promosi serta harga berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah. Variabel promosi nilai signifikansi $0,003 < 0,05$ serta $t_{hitung} 3,218 > t_{tabel} 1,688$. Variabel harga nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ serta $t_{hitung} 5,572 > t_{tabel} 1,688$. Berbeda dengan variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan memiliki nilai signifikansi $0,141 > 0,05$ serta $t_{hitung} - 1,504 < t_{tabel} 1,688$. Secara simultan variabel promosi, kualitas pelayanan serta harga berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah pembiayaan pensiunan dengan signifikansi $0,000 < 0,05$ serta nilai $F_{hitung} 63,765 > F_{tabel} 2,86$.

Kata Kunci: Promosi, Kualitas Pelayanan, Harga, Minat Nasabah digilib.uinhas.ac.id

ABSTRAK

Elva Muyassaroh, Dr. Siti Masrohatin, S.E M.M 2022: *The Effect Of Promotion, Service Quality and Price On Interest Of Pensioners In Financing Customers At Indonesian Islamic Bank KCP Jember Balung.*

Pension financing were financing provided to retirees who aim to fulfill their needs, this the solution retirees who want financing by submitting it easy and fast disbursement. In general, promotional activities are one of the important activity in marketing management because promotion was a company activities to communicate with consumers, while quality service is very important in establishing relationships with consumers that's important, with good service consumers will feel happy and create consumer repurchase itself. And the price is also very important in marketing, low prices can encourage consumers use company products.

The problem of this research were: 1. Is promotions, service quality and price partially affect the interest of pension financing customers at Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung? 2. Is promotions, service quality and price simultaneously affect the interest of pension financing customers at Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung?

Purpose of research were: 1. find out and analyzed the effect of promotion, service quality and price partially on the interest of retirement financing customers at Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung. 2. To determined and analyze the effect of promotion, service quality and price simultaneously on the customers at Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung.

The research used a quantitative approach with this type of research Research fields. The method used primary data, data collection using questionnaires, observation, documentation. The population in this study are pension financing customers totaling 40 customers. While sampling using saturated sampling technique that is carried out if all the population is sampled. And Using the analysis tools of validity and reliability testing, classical assumption test, hypothesis testing, multiple linear regression analysis, and coefficient of determination (R^2) test with the help of the SPSS Statistic Version 21 program.

The results of this study can be concluded that partially promotion and price variables have a positive effect on customer interest. Promotion variable significance value is $0,001 < 0,05$ and the $t_{\text{arithmetic}} 3,284 > t_{\text{table}} 1,686$. Variable price significance value is $0,000 < 0,05$ and the $t_{\text{arithmetic}} 5,428 > t_{\text{table}} 1,686$. Unlike variable service quality, the partially non-structured service significance $0,007 > 0,05$ and the $t_{\text{arithmetic}} -2,853 < t_{\text{table}} 1,686$. Meanwhile, simultaneously, the variables of promotion, service quality and price have a significance effect on customer interest in pension financing and the significance value is $0,000 < 0,05$ and the $t_{\text{arithmetic}} 90,543 > t_{\text{table}} 2,86$.

Keywords: Promotion, Service Quality, Price, Customer Interest.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
MOTTO.....	iv
PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	12
C. Tujuan Penelitian	12
D. Manfaat Penelitian	13
E. Ruang Lingkup Penelitian.....	14
F. Definisi Operasional	17
G. Asumsi Penelitian	19
H. Hipotesis.....	20
I. Metode Penelitian.....	21
1. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	21
2. Lokasi Penelitian.....	22

3. Populasi dan Sampel.	22
4. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data.	24
5. Analisis Data.	26
6. Uji Asumsi Klasik.	28
7. Uji Hipotesis.	30
8. Analisis Regresi Linier Berganda.	33
9. Uji Koefisien Deteminasi (R^2).	34
J. Sistematika Pembahasan.	35
BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN.	36
A. Penelitian Terdahulu.	36
B. Kajian Teori.	50
III PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS.	77
A. Gambaran Objek Penelitian.	77
B. Penyajian Data dan Analisis.	80
C. Analisis dan Pengujian Hipotesis.	82
D. Pembahasan.	97
BAB IV PENUTUP.	103
A. Kesimpulan.	103
B. Saran.	104
DAFTAR PUSTAKA.	105

LAMPIRAN-LAMPIRAN

1. Pernyataan Keaslian Tulisan
2. Matrix Penelitian
3. Jurnal Penelitian
4. Surat Permohonan Izin Penelitian
5. Surat Selesai Penelitian
6. Lembar Kuesioner
7. Lembar Karakteristik Responden
8. Data Olah Mentah Hasil Jawaban Responden
9. Hasil Output SPSS
10. Tabel T
11. Tabel R
12. Tabel F
13. Dokumentasi
14. Biodata Penulis

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Angsuran Kredit Pensiunan	4
Tabel 1.2 Jumlah Nasabah Pembiayaan Pensiunan	6
Tabel 1.3 Jumlah Nasabah Pembiayaan Pensiunan BSI KCP Jember Balung BSI KC Jember Trunojoyo, BSI KCP Jember Kencong.....	10
Tabel 1.4 Indikator Variabel Penelitian	15
Tabel 1.5 Skala <i>Likert</i>	16
Tabel 2.1 <i>Mapping</i> Penelitian Terdahulu	47
Tabel 3.1 Keterangan Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung	79
Tabel 3.2 Pemberian Data Skala Likert	80
Tabel 3.3 Hasil Pengelompokan Responden Menurut Jenis Kelamin	81
Tabel 3.4 Hasil Pengelompokan Responden Menurut Usia.....	81
Tabel 3.5 Hasil Pengelompokan Responden Menurut Pekerjaan.....	81
Tabel. 3.6 Hasil Pengelompokan Berdasarkan Pendidikan Terakhir	82
Tabel 3.7 Hasil Uji Validitas variabel promosi (X1), kualitas pelayanan (X2), Harga (X3) dan minat nasabah (Y).....	83
Tabel 3.8 Hasil Uji Reliabilitas	84
Tabel. 3.9 Uji Normalitas	85
Tabel 3.10 Uji Multikolinieritas	88
Tabel 3.11 Uji t	90
Tabel 3.12 Uji F (Simultan)	93
Tabel 3.14 Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda.....	94



DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 Kerangka Konseptual	19
Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung	79
Gambar 3.1 Uji Heteroskedastisitas	87



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kegiatan perekonomian penduduk pada suatu Negara tidak terlepas dari peran perbankan di tengah kehidupan masyarakat. Era modern dengan kaum milenial membuka cakrawala mereka dalam memanfaatkan media dan teknologi yang ada untuk mengelola ekonomi pribadi maupun keluarga. Kegiatan ekonomi yaitu seluruh kegiatan manusia yang ditujukan untuk memperoleh barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhannya. Kegiatan itu terdiri dari kegiatan distribusi, kegiatan produksi, kegiatan konsumsi. Seluruh kegiatan ekonomi tersebut dimoderasi oleh lembaga pendukung yang memberikan jasa layanan keuangan dan menghimpun dana masyarakat. Lembaga pendukung tersebut lembaga yang termasuk dalam industri jasa keuangan, yaitu kumpulan institusi, lembaga, perusahaan yang beroperasi di bidang jasa keuangan yang dipantau serta diurus oleh Otoritas Jasa Keuangan meliputi: Industri modal, industri perbankan, pasar dan industri keuangan non-bank (perasuransian, pegadaian, dana pensiun, dan perusahaan pembiayaan).²

Undang-Undang No.21 Tahun 2008 mengenai Perbankan Syariah, yaitu bank yang melaksanakan segala sesuatu berdasar prinsip syariah, berdasar hukum ketetapan islam yang diatur Majelis Ulama Indonesia seperti: kemaslahatan (*maslahah*), keseimbangan (*'adl wa tawazun*), universalisme

² Hadi Ismanto et all, *Perbankan dan Literasi Keuangan* (Yogyakarta: Depublish, 2019), 1.

(*alamiyah*), prinsip keadilan, serta tidak mengandung zalim, gharar, maisir, haram, riba. Menurut jenisnya Bank Syariah mempunyai beragam jenis: Unit Usaha Syariah (UUS), Bank Pembiayaan Rakyat Indonesia (BPRS), serta Bank Umum Syariah (BUS).³ Hal tersebut mengacu atas hukum islam, didasarkan dengan ajaran Al-Qur'an. Karena islam tidak diperbolehkan untuk menerima ataupun membayar bunga. Sebagaimana keterangan islam soal riba dalam firman Allah di Qur'an Surat Al Imron : 130

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا مُّضَاعَفَةً ۖ وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿١٣٠﴾

Artinya:”Wahai manusia yang mempunyai iman, jangan kalian makan uang atas bunga bekalilipat serta bertaqwalah kalian pada Tuhanmu agar kalian memperoleh keuntungan”.⁴

Berikut produk perbankan syariah: produk jasa, penyaluran dana, serta produk pembiayaan. Produk pembiayaan (*financing*) adalah produk digunakan oleh bank syariah, untuk pinjaman (*lending*) pada bank konvensional. Di bank konvensional, keuntungan didasarkan pada bunga, sedangkan di bank syariah, pembiayaan didasarkan pada keuntungan *rill* (*margin*) atau bagi hasil (*profit sharing*) yang diinginkan.⁵

Pembiayaan adalah pemberian uang atau piutang berdasar perjanjian antara suatu bank dengan pihak lain, dan seseorang penerima pembiayaan berkewajiban mengembalikan dana setelah jangka waktu yang sudah ditetapkan dengan imbalan pembagian keuntungan. Menurut definisi lain,

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

³ Ibid.,103.

⁴ Al-Qur'an dan terjemahan, 3:130.

⁵ Ahmad Dahlan, *Bank Syariah Teoritik, Praktik, Kritik* (Yogyakarta: Teras, 2012), 162.

pembiayaan adalah pendanaan yang dikeluarkan sebagai pendukung suatu investasi yang diajukan oleh dirinya sendiri atau oleh orang lain.⁶

Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung memiliki bermacam produk, yaitu penghimpunan dana dan penyaluran dana. Produk yang tersedia di Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung yakni produk *funding* (tabungan), deposito, giro, serta ada juga produk *financing* berupa produk jasa (*services*), pembiayaan konsumen contohnya pembiayaan pensiunan, OTO, pembiayaan kepemilikan rumah.

Dalam program *financing*, pembiayaan yang ditawarkan Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung yakni pembiayaan pensiun. Merupakan pembiayaan konsumen yang ditawarkan khusus untuk lingkungan pensiunan pekerja (PNS, BUMN, atau BUMD) dan pensiunan dari janda pensiunan. Untuk pinjaman pensiun, diharuskan memberikan agunan SK pensiun atau KARIP Rp 350.000.000, dengan jangka waktu pembayaran cicilan selama 15 tahun, waktu peminjam berusia 74 tahun 5 bulan telah tercapai. Saat ini Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung merupakan bank syariah yang bekerja sama dengan Taspen dalam mengelola pensiunan dan pensiun dini. Pinjaman dana pensiun merupakan salah satu produk unggulan Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung.⁷

Pembiayaan pensiun adalah pembiayaan yang mempunyai resiko sedikit, sebab pembiayaan pensiun pada Bank Syariah Indonesia berdasar dengan perjanjian kerja sama antara Bank Syariah Indonesia beserta lembaga

⁶ Muhammad Lathief Ilhamy Nasution, *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah* (Sumatera Utara: Febi Uin-Su Press, 2018), 304.

⁷ Agung Rizal Tri Prasetyo, *Wawancara*, Jember, 05 Oktober 2021.

pengelola dan pensiun contohnya PT. Taspen atau pembiayaan pensiun lain, juga memiliki landasan hukum produk pembiayaan bagi pensiunan berdasarkan persetujuan Bank Indonesia tanggal 19 Maret 2008 No 10/357/DPbS mengenai produk pembiayaan untuk pensiun, yang menjaga keringanan pembayaran cicilan nasabah dengan memotong gaji bulanan yang diperoleh oleh para pensiunan. Manfaat dari program pembiayaan pensiun yakni sebagai penolong pemenuhan kebutuhan pensiunan yang mana membutuhkan dana maupun kekurangan dana untuk memenuhi kebutuhannya. Seperti diketahui para pegawai negeri yang telah memasuki masa pensiun memiliki pendapatan yang relatif kecil dibandingkan saat pegawai tersebut masih aktif bekerja sebagai pegawai negeri sipil atau karyawan BUMN/BUMD. Oleh karena itu pembiayaan pensiun ini cukup diminati oleh para pensiunan.⁸

Perbedaan tarif cicilan antara bank syariah indonesia dan bank bukopin, mandiri taspen pos:

Tabel 1.1
Tabel Angsuran Kredit Pensiun
(Angsuran satu tahun)

Bank	Pinjaman				
	10.000.000	20.000.000	30.000.000	40.000.000	50.000.000
BSI	890.829	1.781.657	2.672.486	3.563.315	4.454.143
Bukopin	909.676	1.819.353	2.729.029	3.638.705	4.548.382
Mandiri Taspen Pos	913.333	1.826.667	2.740.000	3.653.333	4.566.667

Sumber: Tabel Angsuran Bank

⁸ Wawancara dengan Agung Rizal Tri prasetyo selaku Koordinator Marketing Pensiun pada saat mengikuti PPL.

Berdasar pembiayaan pensiun tersebut, Bank Syariah Indonesia memiliki tingkat pinjaman pensiun yang rendah di banding bank lain, yaitu bank bukopin, mandiri taspen pos. Dengan pembiayaan pensiun ini, Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung akan menghimpun dana hingga 350.000.000 dengan usia hingga 74,5 bulan dan tanpa biaya administrasi. Untuk pembiayaan pensiun di Bank Muamalat pinjaman sampai dengan 100 juta, dengan jangka waktu maksimum 10 tahun dan usia maksimum 74,5 tahun.⁹

Hasil wawancara dengan Koordinator *marketing* Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung yang mengelola produk keuangan pembiayaan tersebut. Diinformasikan kepada peneliti di Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung bahwa produk pembiayaan pensiun selalu memiliki nasabah, transaksi dilakukan setiap tahun, dan jumlah nasabah semakin meningkat setiap tahunnya. Selain itu, meskipun beberapa pelanggan produk ini adalah pensiunan dan pelanggan kelompok pensiun dini, kebanyakan dari mereka adalah pensiunan orang tua, dan sekarang mereka lebih memilih Syariah daripada konvensional. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat umum khususnya para pensiunan di kota Jember tertarik dan yakin dengan produk pembiayaan dana pensiun yang ditawarkan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung. Sebab, sangat diperlukan bagi Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung sebagai mempertahankan produk pinjaman dana pensiunnya.

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

⁹ Tabel Angsuran Bank, (diakses 06 Oktober 2021).

Akad yang digunakan adalah: akad murabahah dengan tujuan multiguna. Akad ini mengikuti atau sesuai dengan tujuan dari permintaan pembiayaan.¹⁰

Tabel 1.2
Peningkatan atas Nasabah Pembiayaan Pensiunan Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung

Tahun	Jumlah Nasabah
2018	15
2019	29
2020	33
2021	40

Sumber: Data diolah, 2021

Hasil tersebut memaparkan yakni sejak 2018 sampai tahun 2021, nasabah pembiayaan pensiun Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung meningkat karena harga, margin, atau bagi hasil yang relatif ringan, murah dan terjangkau. Secara umum, seluruh nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung mengharapkan untuk selalu memenuhi kebutuhan harga yang murah, murah, efisien, tanggap, santun dan murah senyum.¹¹

Promosi yakni suatu kegiatan dimana perusahaan memberi pemberitahuan tentang produk serta jasanya, meyakinkan konsumen menggunakannya, dan mendorong konsumen untuk agar mengingat produk mereka.¹² Promosi memainkan peran penting dalam akuisisi pelanggan. Tanpa promosi, konsumen tidak akan tahu tentang perusahaan. Sebab, promosi adalah strategi paling efektif sebagai penarik minat dan menjaga stabilitas konsumen. Promosi yakni untuk memberitahukan bermacam-

¹⁰ Agung Rizal Tri Prasetyo, Wawancara 14 Januari 2022.

¹¹ Agung Rizal Trie Prasetyo, Wawancara 17 Januari 2022.

¹² Fandi Sam Mintolalu, Lisbeth Mananeke, Sem George Oroh, "Pengaruh Kualitas Layanan, Promosi, dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah pada PT. Pegadaian Cabang Manado Timur" (Jurnal LPMM Bidang EkoSosBudKum, Vol 2, No 1, 2015), 124.

macam produk yang sedang dalam penawaran serta bentuk usaha sebagai penarik masyarakat luas. Ini sangat membantu peningkatan konsumen tentang produk, promosi menarik konsumen agar menggunakan, serta akhirnya menghasilkan peningkatan citra bank.¹³

Kegiatan promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Karena sebaik apapun pelayanan apabila masyarakat atau nasabah belum pernah mendengar dan tidak yakin bahwa produk tersebut akan berguna bagi mereka, maka mereka tidak akan menggunakannya.¹⁴ Promosi yang dilakukan Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung dengan cara mendatangi calon nasabah dan sosialisasi langsung dengan menawarkan produk yang ada di Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung dan memberi penjelasan mengenai produk-produk apa saja yang ada di Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung salah satu adalah produk pembiayaan pensiunan, dengan membagikan brosur. Selain itu bank juga mempromosikan produk menggunakan pamflet dan media online. Nasabah dapat menghubungi karyawan pensiunan melalui Whatsap atau telepon yang tertera pada brosur. *Sales force* yang melakukan pekerjaan pemasaran. Tenaga penjualan mengacu pada tim penjualan, strategi, dan teknologi yang mendukung pertumbuhan pesat suatu perusahaan.¹⁵ Promosi yakni suatu kegiatan dimana perusahaan memberi pemberitahuan tentang

¹³ Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2012), 175.

¹⁴ Didin Fatihuddin dan Anang Firmansyah, *Pemasaran Jasa Strategis, Mengukur Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan* (Yogyakarta: Depublish, 2019), 151.

¹⁵ Dwi Kurnia Anggraini, *Wawancara*, 17 Januari 2022.

produk serta jasanya, meyakinkan konsumen menggunakannya, dan mendorong konsumen untuk agar mengingat produk mereka.¹⁶

Selain faktor promosi, kualitas pelayanan juga mempengaruhi minat konsumen. Pelayanan merupakan salah satu cara upaya bank agar selalu diminati dan diingat oleh nasabahnya. Program pelayanan kepada nasabah merupakan upaya bank untuk memberikan pelayanan terbaik sehingga nasabah nyaman untuk melakukan transaksi dengan bank tersebut.¹⁷ Untuk mempertahankan nasabah, bank syariah selalu memilih bentuk kebijakan serta teknologi yang tepat untuk meraihnya. Perihal ini berpengaruh pada ketetapan serta kemampuan, keakuratan perusahaan dalam melayani konsumennya. Pelayanan yang berkualitas harus didukung oleh fasilitas dan tata krama atau etika yang baik. Pelayanan yang baik berdampak positif bagi seluruh konsumen dan calon konsumen, sehingga dapat meyakinkan konsumen agar memakai produk maupun jasa yang ditawarkan.¹⁸

Tujuan utama dari pelayanan terbaik yaitu menarik minat nasabah dan memberikan kepuasan nasabah. Kualitas pelayanan yang baik harus didukung dengan fasilitas yang memadai dan tata karma atau etika yang baik pula. Kualitas layanan Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung memenuhi standar kualitas bank seperti AC, tempat duduk dan suasana yang nyaman dan terjamin, proses yang sederhana dan cepat, serta dapat

¹⁶ Fandi Sam Mintolalu, Lisbeth Mananeke, Sem George Oroh, "Pengaruh Kualitas Layanan, Promosi, dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah pada PT. Pegadaian Cabang Manado Timur" (Jurnal LPMM Bidang EkoSosBudKum, Vol 2, No 1, 2015), 124.

¹⁷ Ikatan Bankir Indonesia, *Memahami Bisnis Bank* (Jakarta:LSPP, 2013), 189.

¹⁸ Cici Safitasari dan Ida Maftukhah, "Pengaruh Kualitas Layanan, Promosi dan Citra Destinasi Terhadap Kepuasan Melalui Keputusan Pengunjung" (Management Analysis Journal, Vol 3, September 2017), 312.

dihubungkan dengan fasilitas lain seperti rekening tabungan BSI dan *mobile banking*. Ada layanan penjemputan untuk produk yang mana pensiunan karyawan datang langsung ke nasabah untuk mengumpulkan arsip pelanggan dan sekaligus mempromosikannya ke masyarakat.¹⁹

Faktor harga juga mempunyai pengaruh yang kuat terhadap minat nasabah. Harga merupakan penentu ketika menggunkan sebuah produk dan akan mempengaruhi kemauan untuk membeli nantinya. Bagi konsumen, harga sangat penting karena dapat menguntungkan konsumen di pasar industri. Harga menjadi penentu pemilihan produk yang terhubung dengan kesediaan konsumen untuk membeli. Ketika memilih produk, konsumen biasanya mengevaluasi harga serta membandingkan beberapa kriteria harga atas dasar pembelian. Dengan demikian harga yang ditawarkan oleh pihak bank harus dapat terjangkau oleh nasabah. Semakin rendah harga yang ditetapkan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung, maka semakin tinggi motivasi nasabah menggunakan produk pembiayaan pensiunan di Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung.²⁰ Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung menerapkan prinsip yang sama untuk menarik calon nasabah. Dari segi harga atau margin bagi hasil yang lebih rendah.

Minat nasabah merupakan preferensi (kecenderungan) terhadap sesuatu. Konsumen tertarik pada sesuatu, yang melayani dan mendorong kebutuhan hidupnya, sehingga menimbulkan minat pada individu. Minat

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

¹⁹ Agung Rizal Tri Prasetygo, *Wawancara*, 14 Januari 2022.

²⁰ Deliyanti Oentoro, *Manajemen Pemasaran Modern* (Yogyakarta: LakBang PRES Sindo, 2012), 98.

merupakan motivasi untuk menyongkong manusia melaksanakan keinginan saat diberi kebebasan memilih.²¹

Jika promosi, kualitas pelayanan dan harga secara bersama-sama berdampak positif dalam pelaksanaannya di Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung, minat nasabah untuk memutuskan menggunakan dan mengulang pembelian produk pembiayaan pensiunan akan semakin meningkat. Oleh karena itu dapat disimpulkan ketika promosi, kualitas pelayanan dan harga yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung semakin baik, jadi akan memberi pengaruh positif atas kenaikan minat nasabah terhadap produk pembiayaan pensiun.²²

Tabel 1.3
Jumlah Nasabah Pembiayaan Pensiunan Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung, Bank Syariah Indonesia KC Jember Trunojoyo, Bank Syariah Indonesia KCP Jember Kencong.

Bank Syariah Indonesia	Jumlah Nasabah
BSI KCP Jember Balung	40
BSI KC Jember Trunojoyo	26
BSI KCP Jember Kencong	23

Sumber: Hasil wawancara karyawan BSI

Pada Bank Syariah Indonesia KCP Jember balung dikatakan bahwa BSI KCP Jember Balung (Ex BSM KCP Jember Balung) jumlah nasabahnya pada tahun 2021 berjumlah 40 nasabah, sedangkan BSI KC Jember Trunojoyo (Ex BRI KC Jember) ada 26 nasabah, dan BSI KCP Jember Kencong (Ex BNI KCP Jember Kencong) ada 23 nasabah pada tahun 2021.

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

²¹ Reksoprayitno, *Sistem Ekonomi dan Demokrasi Ekonomi* (Jakarta: Bina Grafika, 2004), 79.

²² Agung Rizal Tri Prasetyo, *Wawancara* 17 Januari 2022.

Dapat disimpulkan dari tabel diatas Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung mempunyai nasabah yang cukup banyak dibanding bank yang lain.

Dalam penelitian ini, memilih Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung karena BSI sebagai penyalur pembiayaan kepada masyarakat atau nasabah yang sangat membutuhkan menurut hukum Syariah. Dari sisi lain, karena Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung sudah memiliki jumlah nasabah yang cukup banyak, maka dapat disimpulkan bahwa Bank Syariah KCP Jember Balung telah mengembangkan produk bisnis melalui penyaluran dana yaitu pinjaman pensiun. Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung bukan menjadi salah satu bank syariah yang membangun cabang di Jember, namun produk serta layanan yang tersedia bisa berlomba dengan produk bank syariah lainnya. Bank Syariah KCP Jember Balung merupakan bank syariah yang menjadi mitra pengelolaan dana pensiun dan pra pensiun dini. Produk unggulan Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung yakni pembiayaan pensiunan. Pembiayaan pensiunan memberi peluang serta mempermudah mendapat fasilitas pembiayaan guna memenuhi kebutuhan pensiunan. Pembiayaan pensiun tersebut merupakan jalan bagi para pensiunan yang ingin melakukan pembiayaan dengan harga lebih ringan dengan proses pengajuan mudah serta pencairan cepat.

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti ingin untuk mengukur minat nasabah pembiayaan pensiun pada Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung. Penelitian ini akan meneliti berdasarkan promosi, kualitas pelayanan, dan harga sebagai variabel bebas, penelitian ini melihat variabel

yang paling berpengaruh terhadap minat nasabah terhadap pembiayaan pensiunan bagi masyarakat, dengan judul “Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Minat Nasabah Pembiayaan Pensiunan pada Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung”.

B. Rumusan Masalah

Bagian ini mencantumkan semua masalah yang sedang diselidiki dan meminta jawaban dengan melakukan penyelidikan. Ini mudah diatur dan mencakup semua topik yang dibahas.²³ Operasional tersebut dituangkan dalam bentuk pertanyaan, berdasar latar belakang tersebut, maka permasalahan utamanya adalah:

1. Apakah promosi, kualitas pelayanan dan harga berpengaruh secara parsial terhadap minat nasabah pembiayaan pensiunan di Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung?
2. Apakah promosi, kualitas pelayanan dan harga berpengaruh secara simultan terhadap minat nasabah pembiayaan pensiunan di Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang serta rumusan masalah yang telah diuraikan, penelitian ini bertujuan untuk :

1. Mengetahui dan menganalisis pengaruh promosi, kualitas pelayanan dan harga secara parsial terhadap minat nasabah pembiayaan pensiunan di Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung.

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

²³ Tim Revisi buku pedoman Penulisan Karya Ilmiah IAIN Jember, *Pedoman Penelitian Karya Tulis Ilmiah* (Jember:IAIN Jember Press, 2018), 60.

2. Mengetahui dan menganalisis pengaruh promosi, kualitas pelayanan dan harga secara simultan terhadap minat nasabah pembiayaan pensiunan di Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung.

D. Manfaat Penelitian

Bagian yang memaparkan keuntungan yang diperoleh sesudah penelitian dilaksanakan. Kegunaan bisa bersifat teoritis serta praktis sebagai berikut: manfaat untuk penulis, lembaga, serta masyarakat luas. Manfaat penelitian wajib objektif dan realistis.²⁴

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan bisa memberikan ilmu dalam strategi pemasaran khususnya mengenai pengaruh promosi, kualitas pelayanan dan harga terhadap minat nasabah pembiayaan pensiun Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung.

2. Manfaat Praktis

Kajian ini memiliki banyak manfaat untuk banyak pihak yakni:

a. Untuk Peneliti

Penelitian ini bisa membantu memperoleh ilmu mengenai pengalaman serta pengetahuan atas penelitian yang dilakukan di KCP Bank Syariah Indonesia tentang promosi, kualitas pelayanan dan pengaruh harga terhadap minat nasabah pada pembiayaan pensiun.

b. Untuk Akademisi

Memberikan ide, menjadi referensi sebagai pembanding yang tepat dengan data yang diteliti, menambah ilmu pengetahuan, dan dari

²⁴ Ibid.,

penelitian sebelumnya tentang pengaruh promosi, kualitas pelayanan, dan harga terhadap minat nasabah pensiun.

c. Untuk Instansi atau Perusahaan yang Berkaitan

Bisa sebagai pemberitahuan serta penyempurnaan produk pembiayaan pensiun serta untuk meningkatkan produk pembiayaan pensiun.

E. Ruang Lingkup Penelitian

1. Variabel Penelitian

Yakni subjek kongkrit berupa objek *research*, memiliki nilai variabel, dan diteliti oleh peneliti untuk memperoleh informasi serta menarik kesimpulan.²⁵

Variabel penelitian terbagi atas dua variabel yakni variabel bebas (X) serta variabel terikat (Y), penjelasannya :

a. Variabel Independen (X)

Variabel independen disebut sebagai variabel penentu, pendahulu, atau stimulus dan juga disebut variabel bebas. Variabel bebas yakni variabel yang menjadi sebab terjadinya atau memberikan pengaruh terhadap variabel terikat atau variabel independen.²⁶

Penelitian ini, perlu menguji tiga variabel independen: promosi (X1), kualitas pelayanan (X2), serta harga (X3).

²⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D* (Bandung:Alfabeta, 2013), 38.

²⁶ Ibid., 39.

b. Variabel Dependen (Y)

Suatu variabel yang berdampak atas pengaruh dari munculnya suatu variabel bebas.²⁷ Variabel terikat dalam penelitian ini yakni minat Nasabah (Y).

2. Indikator Variabel

Tabel 1.4
Indikator Variabel Penelitian

No	Variabel	Indikator	Skala
1	Promosi (X1) ²⁸	a. Periklanan b. Penjualan Personal c. Publisitas d. <i>Word Of Mouth</i> ²⁹	Likert
2	Kualitas Pelayanan (X2) ³⁰	a. <i>Assurance</i> b. <i>Reliability</i> c. <i>Tangible</i> d. <i>Emphaty</i> e. <i>Responsiveness</i> . ³¹	Likert
3	Harga (X3) ³²	a. Kesesuaian harga atas kualitas produk b. Kesesuaian harga atas manfaat. c. Keterjangkauan harga d. Daya saing harga ³³	Likert
4	Minat Nasabah (Y) ³⁴	a. Minat Transaksional b. Minat Referensial c. Minat Preferensi d. Minat Eksploratif ³⁵	Likert

Sumber: Data Diolah, 2021.

²⁷ Ibid., 40.

²⁸ Muh. Nur Eli Brahim, *Produk Kreatif Dan Kewirausahaan Akuntansi Dan Keuangan Lembaga* (Yogyakarta: Anggota IKAPI, 2021), 65.

²⁹ Didin Fatihuddin dan Anang Firmansyah, *Pemasaran Jasa Strategi, Mengukur Kepuasan, dan Loyalitas Pelanggan* (Yogyakarta: Depublish, 2019), 153-155

³⁰ Meithiana Indrasasi, *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan* (Jawa Timur: Unitomo Press, 2019), 57.

³¹ Cakti Indra Gunawan, *Strategi Model Perbankan Syariah Menghadapi Persaingan Di Era Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA)* (Malang: CV. IRDH, 2017), 189.

³² Abdul Wadud Nafis, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah* (Lumajang: Cendekia Publishing, 2013), 67-68.

³³ Meithina Indrasari, *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan* (Jawa Timur: Unitomo Press, 2019), 43.

³⁴ Abdul Rahmad Shaleh dan Muhibb Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Prespektif Islam* (Jakarta: Prenada Media, 2004), 263.

³⁵ Makmur Kambolong, *Metode Riset dan Analisis Saluran Distribusi* (Pasuruan: IKAPI, 2021), 24.

Penelitian ini memakai pengukuran *skala likert*. Skala likert yakni skala pengukuran psikometrik yang biasa dipakai saat kuesioner. *Skala likert* di gunakan untuk mengukur pendapat, sikap serta pandangan responden terhadap objek maupun fenomena sosial.³⁶ Dalam hal ini variabel diukur dan dijabarkan ke indikator variabel. Indikator variabel itu dipakai untuk pengukur serta penyusun komponen instrumen berbentuk pertanyaan maupun pernyataan. Tanggapan untuk setiap item instrumen memiliki skor masing-masing dari. Setuju, Sangat Setuju, Tidak Setuju, Sangat Tidak Setuju, dan Netral.

Tabel 1.5
Tabel Skala Likert

<i>Skala Likret</i>	Skor Nilai
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Suliyanto (2011)

Dalam hal ini peneliti memberikan kesempatan untuk responden dalam memilih keinginan dan pendapatnya secara lebih spesifik. Semakin mendekati angka 1, semakin tinggi tanggapan negatif responden. Semakin mendekati angka 5, semakin tinggi respon positif dari responden. Oleh karena itu, dalam hal ini skala likert berfungsi sebagai tolak ukur berupa rangking dari setiap respon responden dalam hal preferensi, perilaku, dan sebagainya.³⁷

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

³⁶ Surya Eka Priyatama, *Analisis Statistik Sosial Rangkaian Penelitian Kuantitatif Menggunakan SPSS* (Yayasan Kita Menulis:2020), 10.

³⁷ Suliyanto, *Ekonometrika Terapan, Teori dan Aplikasi Dengan SPSS* (Yogyakarta:2011), 10.

F. Definisi Operasional

Definisi Operasional yaitu sesuatu yang dipakai dasar untuk mengukur variabel penelitian secara empiris dengan menggunakan rumus berdasarkan indikator variabel. Definisi operasional ada agar terhindar dari kesalahpahaman mengenai makna yang dipakai saat penelitian.³⁸

1. Pengaruh:

Pengaruh yakni dampak asosiatif suatu penelitian yang mencari hubungan dari satu variabel serta menghubungkan dengan variabel lain.³⁹

2. Promosi:

Promosi yaitu sebuah variabel strategi pemasaran yang dibutuhkan untuk memasarkan produk serta jasanya.⁴⁰ Definisi strategi promosi pemasaran yakni serangkaian kegiatan yang berpusat di sekitar memaksimalkan kumpulan elemen periklanan, promosi penjualan, penjualan personal, hubungan masyarakat dan penjualan langsung dengan cara mempengaruhi minat konsumen agar tertarik untuk melakukan transaksi sehingga untuk meningkatkan penjualan.⁴¹

³⁸ Ibid, 103.

³⁹ Sugiyono, *Penelitian Administratif* (Bandung: Alfabeta, 2001), 7.

⁴⁰ Ony Fitriana Sitorus dan novelia Utami, *Buku Ajar Strategi Promosi Pemasaran*, (Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA:2017), 7.

⁴¹ Ibid, 12.

3. Kualitas Pelayanan:

Kualitas pelayanan adalah pelayanan yang berpusat terhadap usaha pemenuhan kebutuhan serta kebutuhan konsumen dalam kebijakan penyampaian sebagai pemuas konsumen.⁴²

4. Harga:

Jumlah yang dibayarkan untuk sebuah produk maupun layanan, jumlah nilai yang ditukarkan konsumen sebagai keuntungan mempunyai atau memakai produk maupun layanan.⁴³

5. Minat Nasabah :

Kesukaan (kecenderungan hati) kepada sesuatu. Minat timbul dalam diri seseorang yang tertarik pada sesuatu yang membantu kebutuhan hidupnya. Minat yakni sumber motivasi untuk mendorong manusia melaksanakan keinginan ketika diberi kebebasan memilih.⁴⁴

6. Pembiayaan Pensiun:

Pembiayaan yang dikasikan untuk seorang pensiunan maupaun pra pensiunan yang bermula atas lingkup Pegawai Negeri Sipil, Badan Usaha Milik Negara, atau BUMD atau janda pensiun.⁴⁵

Adapun penelitian yang akan dilakukan berjudul “Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Minat Nasabah Pembiayaan

⁴² Wirdayani Wahab, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Industri Perbankan Syariah Di Kota Pekanbaru* (Jurnal Kajian Ekonomi Islam Vol 2, No 1, Januari-Juni 2017), 5.

⁴³ Nunung Dini Apriliani et all, *Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Minat Nasabah Memilih Produk Tabungan Ib Baitullah Hasannah Pada Bank BNI Syariah Cabang Palu* (Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah Vol 1, No 2 2019), 7.

⁴⁴ Reksoprayitno, *Sistem Ekonomi dan Demokrasi Ekonomi* (Jakarta: Bina Grafika, 2004), 79.

⁴⁵ Agung Rizal Tri Prasetyo, *Wawancara*, Jember, 04 Oktober 2021.

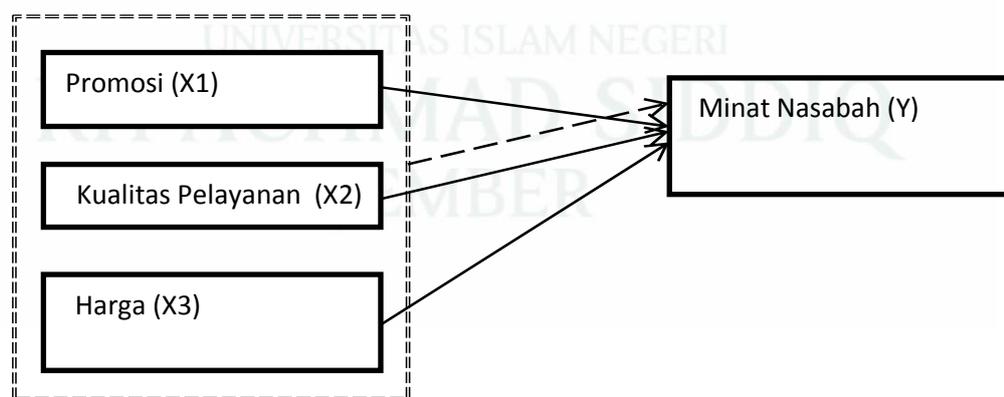
Pensiunan Di Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung” Penjelasan makna judul berikut ini adalah penelitian mengenai bagaimana pengaruh promosi, kualitas pelayanan, serta harga terhadap minat nasabah ketika memilih produk pembiayaan pensiun, yang dioperasikan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung.

G. Asumsi Penelitian

Asumsi penelitian adalah asumsi dasar, titik tolak pemikiran, dan kebenaran yang diterima oleh peneliti. Sebelum peneliti dapat mengumpulkan data, asumsi dasar perlu dirumuskan dengan jelas. Asumsi dasar berfungsi sebagai landasan yang kokoh untuk suatu masalah penelitian, menekankan variabel dan menjadikan hipotesis sebagai pusat penelitian.⁴⁶

Asumsi dasar penelitian ini promosi, kualitas pelayanan dan harga secara simultan akan mempengaruhi minat nasabah pembiayaan pensiunan di Bank Indonesia KCP Jember Balung. Kerangka konseptualnya adalah:

Gambar I.1
Kerangka Konseptual



Sumber: Data Diolah Tahun 2021

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

⁴⁶ Tim Revisi Buku Pedoman Penulisan Karya Ilmiah IAIN Jember, *Pedoman Penelitian Karya Tulis Ilmiah* (Jember: IAIN Jember Press, 2018), 39.

Keterangan :

—————> : Pengaruh Variabel X terhadap Variable Y secara Parsial

-----> : Pengaruh Variabel X terhadap Variable Y secara Simultan

H. Hipotesis Penelitian

Hipotesis yaitu jawaban sementara atas pertanyaan penelitian yang dirumuskan dalam bentuk pertanyaan. Jawaban dikatakan sementara karena hanya didasarkan pada teori-teori yang terkait, merupakan fakta nyata yang diperoleh lewat kumpulan data. Jadi, hipotesis bisa menjadi jawaban atas pertanyaan penelitian, belum sebagai jawaban empiris.⁴⁷ Adapun hipotesis penelitian ini:

1. Secara Parsial

Ha: Promosi, kualitas pelayanan, dan harga berpengaruh secara parsial terhadap minat nasabah pembiayaan pensiunan di Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung.

Ho: Promosi, kualitas pelayanan, dan harga tidak berpengaruh secara parsial terhadap minat nasabah pembiayaan pensiunan di Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung.

2. Secara Simultan

Ha: Promosi, kualitas pelayanan, dan berpengaruh secara simultan terhadap minat nasabah pembiayaan pensiunan di Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung.

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

⁴⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian kuantitatif dan kualitatif dan R&D* (Bandung:Alfabeta, 2019), 66.

Ho: Promosi, kualitas pelayanan, dan harga tidak berpengaruh secara simultan terhadap minat nasabah pembiayaan pensiunan di Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung.

I. Metode Penelitian

Metode penelitian adalah gagasan ilmiah yang digunakan secara rasional, empiris, dan sistematis untuk melakukan penelitiannya. Berpikir secara rasional bermakna bahwa kegiatan penelitian dilaksanakan dengan cara yang bermakna, seperti yang bisa dicapai dari pemikiran setiap orang. Secara empiris, makna “sesuatu” yang dilaksanakan bisa dilihat dengan indera manusia jadi orang lain bisa mengamatinya. Sistematis berarti proses yang dilakukan oleh suatu penyelidikan dengan memakai prosedur tertentu yang bisa diterima oleh akal dan terstruktur.⁴⁸

1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini memakai penelitian kuantitatif. Jenis penelitian kuantitatif yakni jenis penelitian yang ciri-cirinya terstruktur secara sistematis, terencana dengan baik, dari permulaan sampai perencanaan desain penelitiannya. Definisi lain menyebutkan bahwa studi kuantitatif adalah studi yang memerlukan penggunaan nilai numerik yang diolah dengan metode statistik, dimulai dengan interpretasi data, pengumpulan data, dan tampilan hasil. Demikian pula, tahap akhir penelitian akan tepat jika disertai dengan grafik, foto, tabel, dll.⁴⁹ Alasan menggunakan pendekatan kuantitatif sebab data yang dipakai dimasa yang akan datang

⁴⁸ I Made Laut Mertha Jaya, *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif* (Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia, 2020), 5.

⁴⁹ Sandu Siyoto, Ali Sodik, *Dasar Penelitian* (Yogyakarta: Literasi Media Publishing 2015), 17.

berupa numerik dan analisisnya akan menggunakan statistik yang dipakai sebagai melihat pengaruh antara variabel independen serta dependen.

Sedangkan, jenis yang dipakai yaitu penelitian lapangan (*field research*) adalah penelitian lapangan dengan mengobservasi langsung pada objek yang teliti atau pada responden.⁵⁰ Dengan memakai jenis penelitian ini, peneliti bertujuan untuk menguji pengaruh variabel independen yaitu promosi, kualitas pelayanan, serta harga terhadap variabel dependen yaitu minat nasabah pembiayaan pensiunan Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung.

2. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini adalah di Bank Syariah KCP Jember Balung, JL. Rambipuji No. 78 Dusun Kebonsari Kecamatan Balung Kabupaten Jember. Alasan memilih lokasi tersebut:

- a. Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung merupakan bank syariah di Indonesia yang telah diketahui banyak masyarakat serta mempunyai jumlah nasabah cukup banyak.
- b. Lokasi Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung yang strategis.
- c. Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung salah satu Bank Syariah yang menjadi Mitra Taspen untuk pengurusan pensiunan dan pra pensiun.

3. Populasi dan Sampel

a. Populasi

⁵⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, 64.

Populasi yakni objek maupun subyek yang mempunyai kuantitas dan ciri khas tertentu yang ditetapkan peneliti agar dipelajari sehingga bisa ditarik kesimpulan.⁵¹ Populasi penelitian ini nasabah yang memakai pembiayaan pensiunan di Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung berjumlah 40 Nasabah tahun 2021.

b. Sampel

Sampel yaitu bagian dari jumlah serta ciri khas yang dipunyai populasi, atau sebagian dari populasi, yang diambil berdasar tata cara yang ditetapkan jadi bisa mewakili populasi. Jika populasinya terlalu besar dan peneliti tidak dapat mempelajari semua populasi disebabkan keterbatasan biaya, tenaga, atau waktu, mereka akan menggunakan separuh dari populasi yang diteliti.⁵²

Metode pengambilan sampel yakni *non-probability sampling*, teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang yang sama untuk tiap item maupun anggota populasi yang dipilih sebagai sampel dengan memakai *sampling jenuh*, yaitu teknik pengambilan sampel yang menggunakan semua populasi sebagai sampel.⁵³ Dalam penelitian ini peneliti memakai sampel yang dipakai berjumlah 40 nasabah pembiayaan pensiunan di Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung.

⁵¹Sandu Siyoto dan Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), 63.

⁵² Ibid, 64.

⁵³ Ibid, 66.

4. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yaitu teknik ataupun strategi yang digunakan sebagai pengumpul data dengan cara wawancara, penelitian, tes, observasi, dokumentasi, dan lain-lain. Karena alat pengumpul data merupakan sebuah alat dipakai sebagai pengumpul data, tetapi bisa dalam bentuk lembar daftar periksa, penelitian (angket terbuka atau tertutup), panduan wawancara, foto kamera, dan sebagainya.⁵⁴

Supaya mendapatkan data yang valid, peralatan yang berjalan wajib memenuhi standar validitas serta reliabilitas. Oleh karena itu, perlu dipastikan keefektifan dan reliabilitas instrumen tersebut. Dikarena itu, perlu menguji uji validitas dan reliabilitas instrumen. Peneliti memakai data primer untuk mengumpulkan data.⁵⁵

a. Data primer

Sumber data primer yakni sumber data yang langsung memberi data untuk pengumpul data.⁵⁶ Pada penelitian ini yaitu seluruh data yang berdasar variabel penelitiannya yang didapat dari hasil kusioner atau angket dan observasi serta dokumentasi terkait pengaruh promosi, kualitas pelayanan dan harga terhadap minat nasabah pembiayaan pensiunan pada Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung.

1) Kuesioner atau angket

Metode pengumpulan data secara tidak langsung (dalam penelitian, peneliti tidak bertanya-jawab dengan responden secara

⁵⁴ Agung Widhi Kurniawan dan Zarah Puspitaningtyas, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Yogyakarta: Pandiva Buku, 2016), 79.

⁵⁵ Tim Revisi Buku Pedoman Penulisan Karya Ilmiah IAIN Jember, *Pedoman Penelitian Karya Tulis Ilmiah* (Jember: IAIN Jember Press, 2018), 41.

⁵⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2011), 137.

langsung). Instrumen atau alat pengumpulan data juga disebut angket atau kuesioner yang berisi daftar pertanyaan sistematis yang telah dijawab atau perlu dijawab oleh responden sebagai tanggapan atas persepsi mereka.⁵⁷

2) Observasi

Teknik ini adalah menggunakan pengamatan dan pencatatan. Observasi yakni alat pemerolehan data yang dilaksanakan lewat pengamatan serta pencatatan secara sistematis atas indikasi yang diteliti. Observasi yaitu fenomena yang sering terjadi di lapangan melalui panca indera seorang peneliti, seringkali menggunakan peralatan atau perangkat, dan direkam untuk tujuan penelitian. Adapun teknik observasi yang dilakukan peneliti :

a) Observasi terus terang atau tersamar

Ketika mengumpulkan data, peneliti terus terang menyatakan kepada narasumber, bahwa peneliti sedang melaksanakan penelitian.⁵⁸ Teknik observasi yang dilaksanakan peneliti saat ini :

(1) Letak serta tempat penelitian: Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung.

(2) Profil dari Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung.

(3) Situasi serta kondisi kegiatan dalam Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung.

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

⁵⁷Agung Widhi Kurniawan dan Zarah Puspitaningtyas, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Yogyakarta: Pandiva Buku, 2016), 82.

⁵⁸Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D* (Bandung: Alfabeta, 2017), 228.

b) Dokumentasi

Pengumpulan data yang didapatkan menggunakan *notes* saat berada pada lokasi penelitian maupun data lainnya yang berkaitan dengan problem yang diteliti.⁵⁹ Adapun data-data yang akan didapat serta bisa menunjang penelitian ini:

- (1) Sejarah Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung.
- (2) Visi - Misi Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung.
- (3) Jumlah nasabah pembiayaan di Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung.
- (4) Susunan keorganisasian Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung.
- (5) Produk, brosur, kegiatan usaha, jasa, serta dokumentasi lain yang terkait dengan kegiatan peneliti di Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung.

5. Analisis Data

a. Uji Instrument Penelitian

Keberhasilan atau kegagalan survei dapat ditentukan oleh validitas data yang digunakan. Oleh karena itu, data menempati posisi terpenting dalam penelitian untuk memaparkan variabel yang diteliti dan untuk membuktikan hipotesis. Alat akuisisi data bagus jika memenuhi persyaratan yang valid dan reliabel. Seperti halnya angket,

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

⁵⁹ Ismail Suardi Wekke, *Metode Penelitian Pendidikan Agama Islam Kepemimpinan Transformatif* (Yogyakarta: Bintang Pusataka Mandiri 2021), 58.

sebelum angket disebar ke responden, angket sudah melakukan pengujian validitas, reliabilitas dan pembobotan item.⁶⁰ Program Statistik Ilmu Sosial (SPSS 21) aplikasi untuk menganalisis dan menguji data dari penelitian ini.

1) Uji validitas

Uji validasi membantu menentukan derajat kecocokan, kepastian, dan kesesuaian antara data yang ada di lapangan dengan data yang diperoleh. Dikatakan efektif jika dapat mengukur objek yang seharusnya diukur.⁶¹

Kriteria validitas membandingkan nilai r-hitung (korelasi Pearson) dengan nilai r-tabel. Nilai r hitung (*Pearson Correlation*) ini nantinya akan dipakai sebagai tolak ukur untuk yang menyatakan valid atau tidaknya item pernyataan dan hasilnya dapat ditampilkan dalam r hitung dan r tabel. Dimana r tabel adalah df (derajat bebas) = $n-2$ (signifikan 5%, n = jumlah sampel).

- a) Jika $r\text{-tabel} < r\text{-hitung}$ maka butir pertanyaan dinyatakan valid
- b) jika $r\text{-tabel} > r\text{-hitung}$ maka butir pernyataan tidak valid.⁶²

2) Uji Reliabilitas

Reliabilitas suatu ukuran kestabilan serta konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan pertanyaan

⁶⁰ Febrianawati Yusup, "Uji Validitas Dan Reabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif", (*Jurnal Tarbiyah: Jurnal Ilmiah Kependidikan*, Vol. 7 No 1, Juli 2018), 17-23.

⁶¹ Budi Darma, *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R2)* (Jakarta:Guepedia),7.

⁶² Ibid, 8.

yang merupakan dimensi suatu variabel serta tersusun dalam kuesioner.⁶³

Tujuan pengujian reliabilitas yakni mengetahui tingkat reliable instrument pengujian yang dipercaya sebagai alat pengumpulan data karena yang dihasilkan dapat diandalkan atau bersifat tangguh. Pada dasarnya, uji reliabilitas mengukur variabel yang dipakai. Reliabilitas diukur dengan memakai teknik *Croanbch's Alpha*.⁶⁴

Apabila peneliti memakai alat bantu komputer program SPSS dalam menguji tingkat reliabilitas instrument dengan menggunakan rumus *Croanbach's Alpha* dengan pertimbangan.

- a) Reliabel jika nilai *Croanach's Alpha* lebih besar ($>$) dari 0,60.
- b) Tidak reliabel apabila nilai *Croanach's Alpha* lebih kecil ($<$) dari 0,60.⁶⁵

6. Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi klasik yakni persyaratan statistik dan biasanya wajib terpenuhi dengan analisis regresi linier berganda berdasarkan kuadrat terkecil (OLS). Oleh karena itu, analisis regresi berbasis non-OLS tidak memerlukan pengujian asumsi klasik.⁶⁶ Beberapa uji asumsi klasik

⁶³ V. Wiratna Sujarweni, *SPSS Untuk Penelitian* (Yogyakarta:Pustaka Baru Press, 2015), 192.

⁶⁴ Budi Darma, *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R2* (Jakarta:Guepedia), 17.

⁶⁵Ibid, 17.

⁶⁶ Nikolaus Duli, *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data Dengan SPSS*. (Yogyakarta: Depublish ,2019), 114

dilakukan supaya mendapat nilai yang valid dari model regresi berganda, antara lain uji normalitas, heteroskedasitas, dan multikolinearitas.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan supaya mengetahui terdapat ataupun tidaknya distribusi normal antara variabel dependen dan independen dari model regresi. Ini karena data yang sesuai adalah data yang normal atau mendekati normal. Uji normalitas bisa dilaksanakan memakai uji *Kolmogorov-kmirnov*.

Jika melihat data yang mungkin atau mungkin tidak berdistribusi normal, dapat melihat besarnya nilai signifikansinya. Jika signifikansi lebih banyak dari 0,05, maka data terdistribusi normal. Namun, saat nilai signifikan lebih sedikit dari 0,05, berarti data yang diuji berbeda nyata dengan data normal. Artinya, data tidak berdistribusi normal.⁶⁷

b. Uji Heteroskedasitas

Heteroskedasitas menguji terjadinya perbedaan varians residual dari satu periode pengamatan ke periode pengamatan lainnya. Bagaimana memprediksi ada tidaknya heteroskedasitas dalam model bisa dilihat dari pola gambar scatterplot, regresi yang tidak terjadi heteroskedasitas sebagai berikut:

- 1) Titik-titik data tidak mengumpul hanya diatas atau dibawah saja
- 2) Titik-titik data menyebar diatas serta dibawah atau sekitar angka 0

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

⁶⁷ V. Wiratna Sujarweni, *Metodelogi Penelitian Bisnsis & Ekonomi* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), 225.

- 3) Penyebaran titik-titik data tidak membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali.
- 4) Penyebaran titik-titik dan tidak berpola.⁶⁸

c. Uji Multikolinieritas

Tujuan digunakan uji multikolinieritas untuk menguji apakah model regresi telah mendeteksi adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi dikatakan baik jika tidak ada korelasi antara variabel bebas dan variabel tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antar variabel bebasnya nol. Salah satu cara guna mencari multikolinieritas dalam model regresi adalah dengan melihat nilai TOL (*Tolerance*) dan VIF (*variance inflation factor*) masing-masing variabel bebas dari variabel terikat. Jika nilai VIF 10 atau kurang, jadi model regresi tidak termasuk multikolinieritas.⁶⁹

Dasar pengambilan keputusan uji multikolinieritas bisa dilaksanakan dengan dua cara yaitu:

- 1) Jika nilai *tolerance* $< 0,1$, jadi bermakna terjadi multikolinieritas atas data yang diuji.
- 2) Jika nilai VIF > 10 , jadi artinya terjadi multikolinieritas atas data yang diuji.⁷⁰

7. Uji Hipotesis

a. Uji t (Parsial)

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

⁶⁸ Hengky Latan, *Analisis Multivariate: Teknik dan Aplikasi* (Bandung:Alfabeta, 2013), 56

⁶⁹ V. Wiratna Sujarweni, *Kupas Tuntas Penelitian Dengan SPSS* (Yogyakarta:Pustaka Baru Press Yogyakarta, 2016), 154.

⁷⁰ Ibid, 155.

Uji t atau parsial bertujuan sebagai penguji bagaimana variabel independen berpengaruh atas variabel dependen secara individual.⁷¹ Dalam penelitian ini uji t dipakai sebagai alat mengetahui pengaruh variabel bebas (X) atas variabel terikat (Y). Adapun proses untuk melakukan uji t:⁷²

- 1) Merumuskan hipotesis. Rumus hipotesis :
 - a) H_a : Tidak terdapat pengaruh secara parsial antara promosi, kualitas pelayanan serta harga terhadap minat nasabah pembiayaan pensiunan.
 - b) H_o : Terdapat pengaruh secara parsial antara promosi, Kualitas pelayanan dan harga terhadap minat nasabah pembiayaan pensiunan.
- 2) Setelah merumuskan hipotesis, menentukan tingkat signifikansi. Yakni tingkat signifikansi 5% (signifikansi 5% atau 0,05 yakni standar dipakai ketika penelitian).
- 3) Menentukan t hitung dengan rumus:
Keterangan: r = Nilai koefisien Korelasi, n = Jumlah Pengamatan (ukuran sampel)
- 4) Menetapkan nilai t hitung. Pada bagian sebelumnya yakni analisis regresi linier berganda, kita akan mengetahui nilai t hitung setiap variabel bebas.

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

⁷¹ Ali Anwar, *Statistika Untuk Penelitian Pendidikan* (Kediri: IAIN Press, 2009), 120

⁷² Mundir, *Statistika Pendidikan* (Jember: Stain Jember-Press, 2014), 119.

5) Membuat kesimpulan dengan:

- a) Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai $Sig > 0,06$ maka ada pengaruh secara parsial antara variabel independen (X) atau pengaruh promosi, kualitas pelayanan serta harga terhadap variabel (Y) atau minat nasabah pembiayaan pensiunan.
- b) Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan nilai $Sig < 0,05$ maka tidak ada pengaruh secara parsial antara variabel independen (X) atau pengaruh promosi, kualitas pelayanan serta harga terhadap variabel (Y) atau minat nasabah pembiayaan pensiunan.

b. Uji F (Simultan)

Uji F dipakai sebagai melihat pengaruh variabel bebas atas variabel terikat secara simultan. Sebagai penguji apakah variabel bebas pengaruh promosi (X1), kualitas pelayanan (X2), serta harga (X3) secara simultan berdampak atas variabel terikat yaitu minat nasabah. Hasil uji F memaparkan seberapa besar variabel independen mempengaruhi variabel dependen dengan bersamaan. Kriteria keputusan :

1) Menentukan Hipotesis

- a) Ha: Secara Simultan terdapat pengaruh antara variabel independen, yakni : Promosi, Kualitas Pelayanan serta Harga atas variabel dependen yaitu Minat Nasabah

- b) H_0 : Secara Simultan tidak terdapat pengaruh antara variabel independen, yakni Promosi, Kualitas Pelayanan serta Harga atas variabel dependen, yaitu Minat Nasabah.
- 2) Menentukan tingkat signifikansi yang dipakai 5% dengan $(\alpha) = 0,05$.
 - 3) Menentukan F hitung dengan menggunakan rumus:

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

Keterangan:

F= Nilai F hitung

R² = Koefisien Determinasi

k= Jumlah Variabel Bebas

n= Jumlah Pengamatan (ukuran sampel).

- 4) Menetapkan dengan membandingkan diantara F_{hitung} dan F_{tabel}
- 5) Menarik Simpulan
 - a) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau signifikansi $< 0,05$ H_0 diterima. Hal ini juga berarti bahwa variabel bebas berpengaruh secara simultan atas variabel terikat.
 - b) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau $> 0,05$ H_a ditolak. Hal ini juga bermakna bahwa variabel bebas tidak berpengaruh secara simultan atas variabel terikat.⁷³

8. Analisis Regresi Linier Berganda

Menggunakan analisis regresi linier berganda untuk memprediksi variabel dependen. Analisa tersebut sebagai penentu diantara variabel

⁷³ Suliyanto, *Ekonometrika Terapan, Teori dan Aplikasi dengan SPSS* (Yogyakarta: Andi, 2011), 45

terikat serta variabel bebas, apakah variabel bebas mempunyai hubungan negatif atau positif, dan memprediksi apakah nilai variabel bebas akan naik atau turun. Variabel bebas promosi (X1), Kualitas Pelayanan (X2), Harga (X3), variabel terikatnya Minat Nasabah (Y). Beberapa persamaan linear seperti:

$$Y = \alpha + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Keterangan:

Y	= Minat Nasabah
a	= Konstanta
X ₁	= Pengaruh Promosi
X ₂	= Kualitas Pelayanan
X ₃	= Harga
e	= Error ⁷⁴

9. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Uji R² mengukur kemampuan model dalam menjelaskan variabilitas variabel terikat. Nilai R² yang disesuaikan dekat dengan angka 1 berarti kemampuan variabel independen untuk menyediakan hampir semua pemberitahuan yang diperlukan sebagai alat prediksi variasi variabel dependen.

Pada uji koefisien determinasi, rentang nilai untuk R² adalah 0 sampai 1. Jadi, apabila nilai R² adalah lebih dari 0,05, maka nilai R² dari R² dianggap baik. Nilai R² sama dengan nol (R² = 0), memaparkan tidak adanya dampak diantara variabel bebas dan variabel terikat. dapat melihat bahwa ketika R² mendekati 1, pengaruh variabel bebas atas variabel terikat

⁷⁴Suliyanto, *Ekonometrika Terapan, Teori dan Aplikasi dengan SPSS* (Yogyakarta: Andi, 2011), 54.

menjadi lebih kuat, R^2 menurun, dan ketika mendekati nol, pengaruh variabel bebas atas variabel terikat berkurang.⁷⁵

J. Sistematika Pembahasan

Dalam sistem pembahasan penelitian ini, penulis membaginya menjadi empat dan setiap bab memaparkan mengenai:

BAB I Pendahuluan.

Dalam bab I, peneliti memaparkan mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian (variabel penelitian dan indikator penelitian), definisi operasional, asumsi penelitian, hipotesis, metode penelitian (pendekatan dan jenis penelitian), populasi dan sampel, teknik dan instrument pengumpulan data, analisis data, sistematika pembahasan.

BAB II Kajian Kepustakaan.

Pada bab ini memaparkan kajian terdahulu yang mempunyai keterkaitan dengan penelitian. Hingga memaparkan kajian teori.

BAB III Penyajian Data dan Analisis.

Pada bab ini memaparkan mengenai uraian gambaran objek penelitian, penyajian data, analisis dan pengujian hipotesis, serta pembahasan.

BAB IV Penutup atau Kesimpulan dan Saran.

Pada bab ini terdiri dari ringkasan dan saran.

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

⁷⁵ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivarite Dengan Program SPSS*, (Semarang:Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2001), 95,

BAB II

KAJIAN KEPUSTAKAAN

A. Penelitian Terdahulu

Penulis memaparkan penelitian terdahulu yang berkesinambungan dengan penelitian ini, yakni:

1. Ihwan Arifin, Yayasan Islam Negeri Bengkulu (IAIN) Tahun 2018. Yang berjudul Pengaruh Kualitas produk, Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Wadiah Pasar Pada PT. Batu Safir BPRS Kota Bengkulu. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah kualitas produk, kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di tabungan wadiah Pasar. Selain itu, untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk kualitas pelayanan, dan fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah tabungan wadiah pasar.

Penelitian ini merupakan studi lapangan. Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif aosisatif. Dalam penelitian ini memakai teknik *non probability sampling* dengan jenis teknik *accidental sampling*. Hasil penelitian tersebut kualitas produk secara signifikan tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah tabungan wadiah pasar. Kualitas Pelayanan secara signifikan berpengaruh signifikan secara positif. Serta fasilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah tabungan wadiah pasar.

Persamaan dalam penelitian ini adalah variabel bebas yaitu pengaruh kualitas pelayanan. Terdapat perbedaan dalam penelitian ini,

dalam pengambilan sampel penelitian ini memakai teknik *random sampling*. Selama penelitian, peneliti menggunakan *sampling jenuh*.⁷⁶

2. Nur Fitri, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Tahun 2018. Yang Berjudul Pengaruh pengetahuan, Kualitas Pelayanan, serta Kualitas Produk Terhadap Minat Pembiayaan Pensiun di Bank Syariah Mandiri (Studi Kasus: Bank Syariah Mandiri Bekasi). Tujuan dari penelitian ini: Untuk menganalisis pengaruh secara parsial pengetahuan, kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap minat pembiayaan pensiun di Bank Syariah Mandiri. Serta untuk menganalisis pengaruh secara simultan antara pengetahuan, kualitas pelayanan, dan kualitas produk terhadap minat pembiayaan pensiun di Bank Syariah Mandiri.

Penelitian ini menggunakan metode analisis data deskriptif kuantitatif. Identifikasi sampel dalam penelitian ini meliputi penggunaan metode *slovin*. metode *convenience sampling* merupakan metode yang digunakan dalam pengambilan sampel. Hasil penelitian tersebut memaparkan yakni variabel pengetahuan, kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama sama memiliki pengaruh terhadap minat pembiayaan pensiun.

Persamaan penelitian : pada variabel independen yaitu kualitas pelayanan. Penelitian ini menggunakan strategi yang sama untuk menarik calon nasabah ke pembiayaan pensiun. Perbedaan terletak pada kedua

⁷⁶ Ihwan Arifin, “ *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, Dan Harga Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Wadiah Pasar Pada PT. BPRS Safir Kota Bengkulu*”, (Skripsi, Universitas Islam Negeri Intan, Lampung, 2018).

variabel independen pengaruh pengetahuan serta kualitas produk, dan penelitian yang diteliti adalah pengaruh promosi serta harga.⁷⁷

3. Aditya Niko Pratma, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2018, yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Menggunakan Pembiayaan Pensiunan (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri KCP Teluk Betung). Pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh, bukti langsung, pengaruh kehandalan, pengaruh daya tanggap, jaminan, dan *empathy* terhadap kepuasan nasabah menggunakan pembiayaan pensiunan. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif.

Penelitian ini menggunakan teknik akuisisi data survei, wawancara, dan dokumentasi. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sampel jenuh. Hasil penelitian ini adalah variabel kehandalan yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pembiayaan pensiun pada Bank Syariah Mandiri KCP Teluk Betung Bandar. Tentang variabel bukti langsung, variabel daya tanggap, tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pembiayaan pensiun pada Bank Syariah Mandiri KCP Teluk Betung Bandar Lampung.

Persamaan untuk penelitian ini adalah pada salah satu variabel x yaitu kualitas pelayanan. serta memakai teknik *sampling jenuh*. Perbedaan penelitian ini yaitu penelitian ini hanya memakai satu variabel bebas,

⁷⁷ Nur Fitri, "Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Pembiayaan Pensiun di Bank Syariah Mandiri (Studi Kasus: Bank Syariah Mandiri Bekasi)", (Skripsi, UIN Raden Fatah, Palembang, 2018).

sedangkan penelitian saat ini memiliki tiga variabel bebas: promosi, kualitas layanan, dan harga.⁷⁸

4. Permata Shanti Nurmah Ashari pada tahun 2018, yang berjudul Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Pembiayaan Gadai Emas Syari'ah Bank Syariah Mandiri KC Palembang Pasar 16 Ilir. Penelitian tersebut bertujuan mengetahui bagaimana pengaruh lokasi, promosi dan harga terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa pembiayaan gadai emas syariah pada Bank Syariah Mandiri KC Palembang Pasar 16 Ilir.

Jenis survei yang digunakan adalah kuantitatif. Data primer digunakan sebagai sumber data. Rumus yang digunakan untuk menentukan jumlah sampel adalah rumus *slovin*, dan metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Hasil penelitian ini memamparkan bahwa lokasi, promosi dan harga semuanya mempengaruhi keputusan nasabah PT Gadai Emas. Bank Syariah Mandiri KC 16Ilir Palembang.

Persamaan untuk penelitian ini adalah pada variabel bebas yaitu promosi dan harga, dan sumber data yang digunakan sama dengan data primer. Perbedaannya, dalam penelitian ini, uji linieritas digunakan dalam uji asumsi klasik, sedangkan uji linieritas tidak digunakan dalam penelitian ini. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive*

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

⁷⁸ Aditya Niko Pratama, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Menggunakan Pembiayaan Pensiunan (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri KCP Teluk Betung)”, (Skripsi Universitas Islam Negeri Raden Intan, Lampung, 2018).

sampling, tetapi penelitian yang dilakukan menggunakan metode *sampling jenuh*.⁷⁹

5. Ahmad Saifurriza Effasa dan Khoirini Lutfiia Suyono. Gema Ekonomi Jurnal Fakultas Ekonomi Vol 8 No 2 Desember 2019. Dengan Judul Pengaruh Pribadi Sosial, Dan Budaya Terhadap Keputusan Memilih Pembiayaan Pensiun Pada Bank Syariah Mandiri KC Sumberrejo-Bojonegoro. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pribadi, sosial dan budaya secara parsial maupun simultan terhadap keputusan memilih pembiayaan pensiun pada Bank Syariah Mandiri KC Sumberrejo, dan untuk mengetahui variabel yang berpengaruh paling dominan terhadap keputusan memilih pembiayaan pensiun pada Bank Syariah Mandiri KC Sumberrejo.

Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Peneliti menggunakan teknik pengambilan *probability sampling*. Berdasarkan temuan penulis, dapat disimpulkan bahwa: Keputusan memilih Bank Syariah Mandiri KC Sumberrejo sangat dipengaruhi oleh faktor pribadi dan budaya. Di Bank Syariah Mandiri KC Sumberrejo, faktor sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih pembiayaan pensiun.

Persamaan dalam penelitian ini mencari tujuan pemasaran: mempengaruhi atau membujuk nasabah untuk membuat keputusan memilih pembiayaan pensiun. Perbedaan dalam penelitian ini terletak pada

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

⁷⁹ Permata Shanti Nurmah Ashari “ *Pengaruh Lokasi, Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Pembiayaan Gadai Emas Syariah Pada Bank Syariah Mandiri KC Pakembang Pasar 16 Ilir*” (Skripsi Universitas Islam Negeri Raden Fatah (UIN) Palembang, 2018).

variabel bebas, pengaruh pribadi (X1), sosial (X2), budaya (X3). Dalam penelitian yang sedang diteliti oleh peneliti: promosi (X1), kualitas pelayanan (X2), dan harga (X3). Dan dalam penelitian menggunakan metode survei. penelitian yang berbeda karena pendekatan penelitian yang peneliti adalah penelitian lapangan.⁸⁰

6. Muhammad Wahyudi, Universitas Islam Indonesia Yogyakarta 2019, dengan judul Pengaruh Pelayanan Dan Produk Perbankan Syariah Terhadap Loyalitas Nasabah Dalam Mengambil Pendanaan Dan Pembiayaan Di Bank Syariah Mandiri KCP Kaliurang. Pada penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pelayanan, pengaruh produk terhadap loyalitas nasabah mengambil pembiayaan pada Bank Syariah Mandiri KCP Kaliurang.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan dan menggunakan penelitian kuantitatif. Metode pengambilan sampel adalah metode *cluster random sampling*. Sumber data dalam penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Sedangkan teknik perolehan data menggunakan beberapa elemen seperti observasi, dokumentasi, dan angket.

Hasil penelitian ini, variabel pelayanan tidak mempengaruhi loyalitas nasabah di PT. BSMKCP Kaliurang. Dengan memakai variabel dummy yang menunjukkan bahwa variabel produk (X2) mempengaruhi variabel loyalitas nasabah.

⁸⁰ Ahmad Saifurriza Effasa dan Khoirini Lutfiia Suyono, "Pengaruh Pribadi Sosial, dan Budaya Terhadap Keputusan Memilih Pembiayaan Pensiun Pada Bank Syariah Mandiri Kc Sumberrejo-Bojonegoro".(Jurnal, Gema Ekonomi Fakultas Ekonomi Vol 8 No 2 Desember 2019).

Persamaan dalam penelitian ini yakni variabel bebas, kualitas pelayanan, serta teknik pengumpulan data yang menggunakan beberapa faktor: observasi, dokumentasi, dan angket. Perbedaannya terletak pada variabel dependen, namun untuk variabel Y penelitian ini menggunakan loyalitas pelanggan, dan penelitian yang peneliti teliti pada variabel Y menggunakan minat nasabah.⁸¹

7. Febri Susanti dan Amalia, Jurnal Pundi, Vol. 04, No 01, Maret 2020, yang berjudul Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Pembiayaan Pensiun Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Padang Ulak Karang. Penelitian ini bertujuan untuk mempelajari dan menganalisis harga dan kualitas layanan untuk keputusan pembelian menggunakan produk keuangan di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Padang Ulak Karang.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Jenis penelitian ini deskriptif. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik *purposive sampling*. Hasil penelitian ini adalah: harga dan empati berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan produk pembiayaan pensiun pada BSM KC Padang Ulak Karang. Di sisi lain, keandalan, daya tanggap, dan keamanan berdampak negatif terhadap keputusan nasabah untuk menggunakan produk pembiayaan pensiun di BSM KC Padang Ulak Karang.

⁸¹ Muhammad Wahyudi, “Pengaruh Pelayanan dan Produk Perbankan Syariah Terhadap Loyalitas Nasabah Dalam Mengambil Pendanaan dan Pembiayaan Di Bank Syariah Mandiri Kcp Kaliurang”, (Skripsi, Universitas Islam Indonesia , Yogyakarta, 2021).

Persamaan dalam penelitian ini terletak pada variabel bebas yaitu harga dan kualitas pelayanan. Perbedaan dalam penelitian ini terletak pada variabel dependen, penelitian ini variabel dependen adalah keputusan nasabah dan di teliti penulis adalah minat nasabah.⁸²

8. Dede Novita, Institut Agama Islam Negeri pada tahun 2020, yang berjudul Pengaruh Bagi Hasil, Pelayanan, Dan Promosi Terhadap Simpanan Deposito Mudharabah Pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk KC Padang Sidempuan. Pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh bagi hasil, pengaruh pelayanan, pengaruh promosi terhadap simpanan deposito mudharabah pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk KC Padangsidempuan. Dan untuk mengetahui pengaruh bagi hasil, pengaruh pelayanan dan pengaruh promosi secara simultan terhadap deposito mudharabah pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk KC Padangsidempuan.

Jenis penelitian yang dipakai yaitu kuantitatif. Selain itu juga menggunakan pendekatan deskriptif analitis dengan teknik pengambilan sampel menggunakan rumus *slovin*. Pengambilan sampel *random sampling* digunakan dalam metode pengambilan sampel, dan dokumentasi, wawancara, studi pustaka, angket digunakan sebagai alat pengumpulan data. Dalam penelitian ini memakai analisis data, uji validitas, reliabilitas, normalitas, linieritas, multikolinearitas, heteroskedasitas, autokorelasi, koefisien determinasi (R^2), hipotesis.

⁸² Febri Susanti dan Amalia Martha “Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Pembiayaan Pensiun Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Padang Ulak Karang” (Jurnal Pundi, Vol. 04, No. 01, Maret 2020).

Hasil dari penelitian tidak terdapat pengaruh secara parsial bagi hasil terhadap simpanan deposito berjangka pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk KC Padangsidempuan. Pelayanan promosi dan bagi hasil secara parsial mempengaruhi simpanan PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk KC Padangsidempuan.

Persamaan untuk penelitian ini terletak pada variabel bebas: kualitas pelayanan dan promosi. Perbedaan penelitian ini terletak pada metode penelitian, penelitian ini menggunakan metode deskriptif, dan penelitian yang di gunakan penulis menggunakan metode penelitian lapangan. Ada juga perbedaan dalam analisis data yang digunakan dalam penelitian ini. Uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji linieritas, uji multikolinearitas, uji heterogenitas, uji autokorelasi, uji koefisein (R^2), hipotesis. Tetapi penelitian yang sedang peneliti lakukan tidak menggunakan uji linieritas dan autokorelasi.⁸³

9. Harish Muhammad Ramadhani dkk, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta jurnal Business Management, Economic, and Accounting National Seminar tahun 2021 Vol 2, yang berjudul Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Promosi, Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Mahasiswa Menjadi Nasabah Bank Syariah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh dari literasi keuangan syariah, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan mahasiswa menjadi nasabah pada bank syariah.

digilib.uininkhas.ac.id digilib.uininkhas.ac.id digilib.uininkhas.ac.id digilib.uininkhas.ac.id digilib.uininkhas.ac.id

⁸³ Dede Novita, “*Pengaruh Bagi Hasil, Pelayanan Dan Promosi Terhadap Simpanan Deposito Mudharabah pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kc PadangSidempuan*”, (Skripsi, Institut Agama Islam, Negeri, 2020).

Penelitian ini menggunakan mahasiswa aktif, 1723, berdomisili di Tangerang Selatan. Pengambilan data untuk penelitian ini menggunakan kuesioner skala Likert. Metode *purposive sampling* digunakan untuk pengambilan sampel dalam penelitian ini. Jumlah sampel dalam penelitian ini memakai rumus *Lemeshow*.

Hasil penelitian ini variabel bebas literasi keuangan syariah, promosi, dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan secara parsial dan simultan terhadap keputusan mahasiswa yang tinggal di Tangerang Selatan menjadi nasabah bank syariah meningkat. Semakin tinggi tingkat literasi keuangan syariah, promosi dan kualitas layanan, semakin kuat keputusan mahasiswa untuk menjadi nasabah bank syariah.

Persamaan dalam penelitian ini adalah variabel bebas promosi dan kualitas pelayanan. *Purposive sampling* merupakan metode pengambilan sampel. Sedangkan teknik pengambilan sampel jenuh dipakai peneliti. Perbedaan dalam penelitian ini terletak pada strategi pemasaran yang meyakinkan mahasiswa untuk menjadi nasabah bank syariah, namun penelitian yang peneliti lakukan saat ini adalah membujuk para pensiunan melakukan pembiayaan pensiunan di Bank Syariah Indonesia.⁸⁴

10. Anzal, Institut Agama Islam Negeri Palopo pada tahun 2021, dengan judul Pengaruh Promosi Dan Pembiayaan Rahn Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Jasa PT. Pegadaian Cabang Syariah Luwu. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi dan pengaruh pembiayaan

⁸⁴ Harish Muhammad Ramadhani Dkk, “ *Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Promosi, Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank*”, (Jurnal, Universitas Pembangunan Nasional Veteran, Jakarta, Vol 2, 2021).

rahn terhadap minat nasabah menggunakan jasa PT. Pegadaian Cabang Syariah Luwu.

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif, dan analisisnya menggunakan statistik yang diambil langsung dari temuan dan hasil pengolahan kualitatif menjadi data kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah PT. Pegadaian cabang Syariah Luwu yang memakai produk Rahn Syariah dengan jumlah pegawai 2037 orang. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *convenience sampling*. Peneliti menggunakan *rumus slovin* untuk menentukan jumlah sampel. Dalam penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan. Hasil penelitian ini, Variabel promosi dan pembiayaan rahn berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah dalam memakai produk Pegadaian Syariah.

Persamaan Dalam penelitian ini terletak pada variabel bebas yaitu pengaruh promosi. Dan dengan analisis data yang sama. Dan sama-sama menggunakan penelitian lapangan. Sedangkan Perbedaannya terletak pada strategi pemasaran, namun penelitian ini berfokus pada membujuk nasabah untuk menggunakan produk Pegadaian Syariah, sementara penelitian yang sedang peneliti teliti membujuk para pensiun untuk mengambil pembiayaan pensiunan di Bank syariah Indonesia.⁸⁵

Dari uraian penelitian terdahulu di atas, dapat kita simpulkan bahwa terdapat beberapa persamaan dan perbedaan antara penelitian sebelumnya dengan penelitian yang diteliti, yaitu:

⁸⁵ Anzal, "Pengaruh Promosi Dan Pembiayaan Rahn Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Jasa PT. Pegadaian Cabang Syariah Luwu", (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri, Palopo, 2021).

Tabel 2.1
Mapping Penelitian Terdahulu

NO	Judul Penelitian/ Tahun	Persamaan	Perbedaan
1	Ihwan Arifin (2018)	Variabel independen yaitu: pengaruh kualitas pelayanan.	Pengambilan sampel, dalam penelitian ini menggunakan jenis teknik <i>accidental sampling</i> . Sementara penelitian yang peneliti teliti ini menggunakan teknik <i>sampling jenuh</i>
2	Nur Fitri (2018)	Variabel independen yaitu sama-sama memakai kualitas pelayanan. Dan di dalam penelitian ini juga sama-sama melakukan strategi untuk meningkatkan calon nasabah pembiayaan pensiun.	Terletak pada dua variabel independen, pada penelitian ini variabel independennya pengaruh pengetahuan dan kualitas produk. sedangkan penelitian yang sedang peneliti teliti yaitu pengaruh promosi dan harga. Sumber data yang digunakan data primer juga sekunder, sedangkan penelitian yang peneliti teliti hanya memakai data primer.
3	Aditya Niko Pratma (2018)	Variabel X yaitu; kualitas pelayanan. Dalam penentuan sampel menggunakan sampel teknik <i>sampling jenuh</i> .	Perbedaan penelitian ini hanya memakai variabel independen hanya satu, sedangkan penelitian yang sedang peneliti ini variabel independennya tiga yaitu: Pengaruh promosi, kualitas pelayanan dan harga.
4	Permata Shanti Nurmah Ashari (2018).	Variabel independen yaitu: promosi dan harga. dan sumber data yang dipakai juga sama menggunakan data primer.	Penelitian ini Variabel X nya menggunakan keputusan nasabah, sementara penelitian yang sedang peneliti teliti menggunakan minat nasabah. Dan dalam penelitian ini

			menggunakan <i>purposive sampling</i> , sedangkan penelitian yang peneliti teliti menggunakan <i>sampling jenuh</i> .
5	Ahmad Saifurriza Effasa dan Khoirini Lutfia Suyono (2019)	Sama-sama melakukan tujuan dari pemasaran yaitu untuk mempengaruhi atau membujuk calon nasabah agar memilih pembiayaan pensiunan.	Dalam penelitian ini terletak pada variabel independen di penelitian ini yaitu; pengaruh pribadi (X1), sosial (X2), budaya (X3). Sementara dalam penelitian yang sedang peneliti teliti yaitu; pengaruh promosi (X1), kualitas pelayanan (X2), dan harga (X3). Dan dalam penelitian ini memakai jenis pendekatan metode survei untuk penelitian yang sedang diteliti oleh peneliti adalah metode penelitian lapangan.
6	Muhammad Wahyudi (2019)	Dalam penelitian ini terletak pada variabel independen yaitu kualitas pelayanan. Teknik pengumpulan data menggunakan beberapa elemen yaitu: observasi, dokumentasi, angket (kuesioner).	Perbedaannya terletak variabel dependen, penelitian ini untuk variabel Y memakai loyalitas nasabah, sementara penelitian yang sedang peneliti teliti untuk variabel Y memakai minat nasabah.
7	Febri Susanti dan Amalia (2020)	Dalam penelitian ini terletak pada variabel independen yaitu: Harga dan kualitas pelayanan.	Dalam penelitian ini pada variabel dependen, dalam penelitian ini untuk variabel dependennya keputusan nasabah, sedangkan penelitian yang sedang peneliti teliti yaitu minat nasabah

8	Dede Novita (2020)	Persamaan dalam penelitian terletak pada variabel independen yaitu: kualitas pelayanan.	<p>Dalam penelitian ini terletak dalam uji analisis data menggunakan : uji validitas, reliabilitas, normalitas, linearitas, multikolinearitas, heterokedastisitas, autokorelasi, koefisien determinasi (R^2), Uji hipotesis.</p> <p>Sementara penelitian yang sedang peneliti teliti tidak memakai uji linearitas dan uji autokorelasi.</p> <p>Penelitian menggunakan metode deskriptif, sementara penelitian yang sedang peneliti teliti menggunakan penelitian lapangan.</p>
9	Harish Muhammad Ramadhani Dkk (2021)	Variabel independen: promosi serta kualitas pelayanan.	<p>Dalam penelitian ini terletak pengambilan sampel, penelitian ini menggunakan teknik <i>purposive sampling</i>.</p> <p>Sementara penelitian yang sedang peneliti teliti menggunakan teknik <i>sampling jenuh</i>. Dalam penelitian dalam strategi pemasaran guna untuk membujuk mahasiswa untuk menjadi nasabah di Bank Syariah, sedangkan penelitian yang sedang peneliti ini melakukan strategi pemasaran untuk membujuk para pensiunan untuk melakukan angsuran pembiayaan pensiunan di Bank Syariah Indonesia</p>

10	Anzal (2021)	Persamaan dalam penelitian ini terletak pada satu variabel independen yaitu: Pengaruh promosi. Dan menggunakan analisis data yang sama.	Perbedaan terletak pada jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini penelitian lapangan, sementara penelitian yang sedang peneliti teliti menggunakan jenis penelitian deskriptif dan perbedaan juga terletak dalam strategi pemasaran, penelitian ini memfokuskan untuk membujuk nasabah untuk menggunakan produk pegadaian syariah, sementara penelitian yang sedang peneliti teliti membujuk masyarakat pensiun untuk mengambil angsuran pembiayaan pensiunan di Bank Syariah Indonesia.
----	--------------	---	--

Sumber Data Diolah Tahun 2021.

B. Kajian Teori

1. Pemasaran

a. Pengertian Pemasaran

Pemasaran adalah suatu kegiatan menyeluruh, terpadu dan terencana, yang dilakukan oleh suatu organisasi atau perusahaan dalam melakukan usaha agar mampu mengakomodir permintaan pasar dengan cara menciptakan produk bernilai jual, menentukan harga, mengomunikasikan serta menyampaikan dan saling bertukar tawaran yang bernilai bagi konsumen dan masyarakat umum.⁸⁶

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

⁸⁶ Meithina Indrasari, *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan* (Jawa Timur:Unitomo Press, 2019),2.

Definisi lain dari pemasaran adalah seluruh sistem kegiatan bisnis untuk penetapan harga, perencanaan, promosi dan distribusi produk maupun jasa yang bisa menyenangkan hubungan pembeli yang ada dan pembeli potensial. Konsep pemasaran berfungsi untuk memuaskan keperluan serta impian pembeli, pelanggan.⁸⁷

Definisi lain dari pemasaran adalah seluruh sistem kegiatan bisnis yang ditujukan penetapan harga, perencanaan, promosi dan distribusi produk, serta jasa yang dapat menyenangkan hubungan pembeli yang ada dan pembeli potensial. Konsep pemasaran berfungsi untuk memuaskan keperluan serta impian pembeli serta pelanggan.⁸⁸

b. Tujuan Pemasaran

Memaksimumkan konsumsi atau mempromosikan juga merangsang konsumsi agar memikat nasabah untuk berulang kali membeli produk yang disediakan bank, untuk memuaskan nasabah melalui berbagai layanan yang diinginkan oleh nasabah, dan untuk memaksimumkan kepuasan nasabah dan memaksimalkan kualitas hidup, menciptakan lingkungan yang efisien dalam memaksimalkan dan memberikan berbagai kemudahan kepada konsumen.⁸⁹

c. Perencanaan Pemasaran

Perencanaan pemasaran diperlukan untuk memberikan arahan dan koordinasi berupa langkah-langkah program yang selaras dengan

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

⁸⁷Irma Nilasari dan Sri Wiludjeng, *Pengantar Bisnis* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006), 5-7.

⁸⁸Mugi Rahardjo, *Pemasaran Lembaga Keuangan/Perbankan* (Surakarta: LPP UNS dan UNS Press, 2009), 17.

⁸⁹Ibid., 18-19.

kondisi eksternal dan internal serta perkembangan ke depan. Perencanaan pemasaran mencakup rencana pemasaran strategis, yaitu: menentukan pasar sasaran dan bagaimana positioning nilai disampaikan berdasarkan analisis peluang pasar dan rencana pemasaran, yaitu: promosi, harga, fitur produk, saluran penjualan, dan layanan.⁹⁰

d. Konsep Pemasaran

Pemasaran mempunyai enam konsep dasar pelaksanaan aktifitas pemasaran suatu perusahaan sebagai berikut:

1) Konsep Produksi

Konsepnya berorientasi pada produksi, melakukan segala upaya untuk memenuhi efektifitas produksi yang tinggi serta distribusi yang luas.

2) Konsep Produk

Konsep yang mengasumsikan bahwa konsumen tertarik produk yang memberikan kualitas, jasa serta fungsionalitas produk. Dengan demikian, konsep tersebut mempromosikan pemasaran visual (pandangan pemasaran yang dangkal). Konsep produk adalah yang mengutamakan kualitas, fitur terbaik, dan tampilan.

3) Konsep Penjualan

Konsep tersebut ditujukan untuk organisasi *non profit* seperti produk asuransi, ensiklopedia, dan partai politik. Aktifitas pemasaran lebih diutamakan lewat upaya promosi yang gencar.

⁹⁰ IBI-LSPP, *Strategi Bisnis Bank Syariah* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2015), 116.

4) Konsep Pemasaran

Bertujuan untuk mengidentifikasi keinginan, keperluan serta kepentingan pasar tujuan serta memberikan kepuasan yang diinginkan secara efisien dan efektif dibandingkan dengan pesaing, guna mempertahankan kesejahteraan masyarakat.

5) Konsep Pemasaran Kemasyarakatan

Mengutamakan pada pengidentifikasian keinginan, keperluan serta kepentingan pasar tujuan serta pemenuhan kepuasan masyarakat.

Untuk perbankan, konsep relevan yang diterapkan adalah konsep pemasaran kemasyarakatan. Konsep tersebut menjelaskan bahwa pelanggan harus sangat perlu diperhatikan. Tujuannya supaya nasabah tetap loyal memakai produk dan layanan bank.⁹¹

6) Strategi Pemasaran

Kemampuan untuk menjual dalam situasi yang sangat kompleks menjadi tantangan utama karena persaingan yang semakin ketat dan pengetahuan pelanggan yang tumbuh di industri jasa keuangan. Penjualan yang sukses telah berpindah dari pendekatan produk, produk, dan "penawaran khusus hari ini " ke pendekatan konsultatif di mana para petugas secara langsung berhubungan dengan nasabah perlu melakukan ini mendengarkan, pahami kebutuhan nasabah serta memiliki keterampilan penjualan

⁹¹ Andrianto, Didin Fatihuddin, Anang Firmansyah, *Manajemen Bank* (Surabaya: CV . Penerbit Qiara Media, 2019), 295-296.

yang baik. Mereka membutuhkan kemampuan untuk membangun hubungan dengan nasabah, mengidentifikasi kebutuhan mereka, dan teliti dalam mengintegrasikan bagaimana dan mengapa produk dan layanan perbankan adalah dapat menjadi solusi, dan masalah yang dihadapi setiap nasabah.⁹²

Pemasaran adalah prosedur yang mana perseorangan maupun kelompok menciptakan, menyampaikan, serta mempertukarkan produk dan jasa yang berharga untuk memperoleh yang diperlukan dapat berjalan sesuai harapan. Perlu di susun strategi pemasaran agar proses menjual produk dapat berjalan sesuai harapan. Saat mengembangkan strategi pemasaran perlu mempertimbangkan hal-hal berikut:

- a) *Segmentasi*: Proses mengklasifikasikan kelompok nasabah berdasarkan keinginan, kekuatan, serta daya beli mereka. Menggunakan segmentasi memudahkan tenaga penjualan untuk memasarkan produk yang memenuhi kebutuhan pelanggan.
- b) *Targeting*: Proses menentukan siapa (kepada nasabah mana) serta berapa produk yang akan dijual. Proses ini mempertimbangkan segmentasi nasabah serta kesesuaian produk yang ditawarkan.
- c) *Positioning*: Proses penentuan suatu produk agar target pasar atau pelanggan dapat mengenali citra khas yang berbeda dari

⁹² Ibid., 296-297.

produk dan perusahaan. Jika perusahaan tidak diposisikan dengan baik, pasar akan bingung.⁹³

e. Penerapan Bauran Pemasaran pada Produk dan Jasa Bank

Karena industri perbankan merupakan jenis industri jasa, maka konsep pemasaran cenderung mengikuti konsep produk dan jasa. Apa yang membedakan bank dari industri jasa lainnya yakni tingkat regulasi serta peraturan yang mengikat (*high regulated*). karena bank adalah lembaga kepercayaan (*trust company*).

1) *Product*

Desain serta produk perbankan wajib berdasarkan proses, sistem serta pelayanan yang memenuhi kebutuhan nasabah, adanya jaminan dari bank, serta dukungan teknologi dan peralatan yang sesuai. Produk adalah inti dari bauran pemasaran, produk terdiri atas barang serta jasa. Produk yakni sebuah barang yang bisa ditawarkan untuk masyarakat. Sehingga perlu diketahui produk yang akan dijual di pasar, apa yang menjadi preferensi konsumen saat ini dan apa kebutuhan dan keinginan mereka, produk yang dihasilkan harus memperhatikan fitur produk seperti: desain, menarik fitur, penampilan, atribut produk.⁹⁴

2) *Price*

Ini menentukan harga barang serta jasa yang berbentuk margin, bagi hasil, biaya maupun biaya layanan (ujrah), dan biaya

⁹³ Andrianto, Didin Fatihuddin, Anang Firmansyah, *Manajemen Bank* (Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media, 2019), 297-298.

⁹⁴ Abdul Manap, *Revolusi Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2016), 96.

jumlah (*success fee*) atas pinjaman dan layanan yang diberikan. Bagi hasil yang berupa indikator ditentukan oleh kinerja bank, bukan nisbah bagi hasil yang mutlak. Nasabah bank dengan kuota yang lebih tinggi mungkin memiliki realisasi bagi hasil yang lebih rendah dari bank yang menawarkan nisbah lebih kecil.

Biaya tidak boleh ditentukan sebagai persentase dari nilai pembiayaan. Nasabah yang melakukan pinjaman dapat ditarif dengan biaya ketetapan bank. Bank syariah dapat menarik denda tindakan disipliner untuk memenuhi kewajiban nasabahnya, tetapi dana yang diterima dari bank digunakan untuk kegiatan sosial bukan keuntungan bank.

3) *Promotion*

Produk dan layanan perbankan dipromosikan terutama melalui media massa cetak dan *audiovisual*, seperti: televisi, koran atau majalah. Konsep ini dalam bentuk berupa *advertising, sales promotion sales trainng, public relation, marketing research* dan *development*. Selain itu, layanan terbaik dapat menghasilkan promosi yang efektif lewat dari mulut ke mulut.

Promosi dilakukan sebagai pemberitahuan adanya *new product, brand awareness*, dan mempertahankan menstabilkan barang. Alat promosi yang dipakai di bank yakni periklanan, promosi, hubungan masyarakat, dan penjualan pribadi.

4) *Place*

Sekarang distribusi barang serta layanan perbankan didukung oleh ATM, *Internet banking*, *mobile banking*, *phone banking*, *dealer mobil*, serta titik transaksi pihak lain contohnya kantorpos. Penempatan ATM serta CDM sebaiknya dilakukan di tempat-tempat ramai, seperti perkantoran, rumah tinggal, kawasan industri, pusat perbelanjaan dan kawasan pendidikan.

5) *People*

Layanan nasabah yang dipersonalisasi membutuhkan karyawan yang menarik dan ramah serta kemampuan tugas (bakat, sikap, keterampilan, pengetahuan).⁹⁵ *Personal approach* merupakan unsur ciri bisnis bank yang dominan, jajaran depan kantor, belakang kantor hingga tingkat manager. Pegawai bank perlu untuk menjaga pelayanan dengan sangat baik untuk nasabah.⁹⁶

6) *Process*

Berkaitan dengan sistem prosedur, contohnya kualifikasi dan ketetapan sistem dan prosedur mencerminkan penilaian cepat atau lambatnya pelayanan. Secara umum, nasabah menyukai prosedur singkat, meskipun untuk bank beresiko besar. Proses cepat dan aman membutuhkan penggunaan teknologi yang tepat dan kreativitas.⁹⁷

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

⁹⁵ IBI-LSPP, *Strategi Bisnis Bank Syariah* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2015), 132-135.

⁹⁶ Mugi Rahardjo, *Pemasaran Lembaga Keuangan atau Perbankan* (Surakarta: LPP UNS dan UNS Press, 2009), 21

⁹⁷ *Ibid.*, 21.

2. Promosi

a. Pengertian Promosi

Promosi merupakan suatu aktifitas dilakukan suatu perusahaan kepada masyarakat, tujuannya untuk memperkenalkan (jasa, produk, brand) kepada masyarakat serta menarik masyarakat untuk memakai serta membeli produk tersebut. Promosi merupakan kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh pemasar untuk memberikan informasi suatu produk serta menarik calon konsumen supaya melakukan pembelian produk tersebut.⁹⁸

Dalam hal memasarkan produk dan jasa, promosi merupakan aspek yang sangat penting dari bauran pemasaran atau *marketing mix* yang sangat penting dalam dunia pemasaran. Kegiatan promosi dapat digunakan tidak hanya untuk bertindak sebagai media berkomunikasi diantara pebisnis serta calon pelanggan, tapi sebagai media menarik konsumen dalam kegiatan pembelian dan layanan yang cocok dengan keinginan serta kebutuhan⁹⁹

Bagian dari promosi diantaranya yaitu mengidentifikasi dan menarik konsumen atau pelanggan baru, mengomunikasikan produk baru, meningkatkan jumlah konsumen agar produk dapat dikenal luas oleh konsumen. Memberitahukan kepada konsumen tentang adanya peningkatan kualitas produk perusahaan. Media promosi yang dapat

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

⁹⁸ Muh. Nur Eli Brahim, *Produk Kreatif Dan Kewirausahaan Akuntansi dan Keuangan Lembaga* (Yogyakarta: Anggota IKPAPI, 2021), 65.

⁹⁹ Ony Fitriana dan Novelia Utami, *Buku ajar Strategi Promosi Pemasaran* (Jakarta: FKIP Uhamka, 2017), 7.

dipakai dalam bisnis antara lain: publistias, penjualan *personal*, hubungan masyarakat, promosi penjualan, periklanan, serta pemasaran langsung.¹⁰⁰

Mempromosikan suatu produk di dalam ekonomi islam harus dilakukan dengan kebenaran dan kejujuran. Islam melarang berbohong dengan cara apapun. Oleh karena itu, setiap pemasar dalam berpromosi berkewajiban untuk mengatakan yang sebenarnya dalam hal kualitas produk dan hadiah. Firman Allah pada al-qur'an al-Ahzab: 70-71.

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا اتَّقُوا اللّٰهَ وَقُولُوْا قَوْلًا سَدِيْدًا ۙ يُصْلِحْ لَكُمْ اَعْمَالَكُمْ وَيَغْفِرْ لَكُمْ ذُنُوْبَكُمْ ۗ وَمَنْ يُطِيعِ اللّٰهَ وَرَسُوْلَهُ فَقَدْ فَازَ فَوْزًا عَظِيْمًا

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, bertaqwalah kamu sekalian pada Allah dan katakanlah perkataan yang benar, nisacaya Allah memperbaiki amalan-amalanmu dan mengampuni dosa-dosamu. Barang siapa menaati Allah dan Rasul-Nya, maka sesungguhnya ia memperoleh kemenangan yang besar.¹⁰¹

b. Jenis-Jenis Promosi

1) Promosi secara langsung

Promosi ini bertemu langsung kepada calon konsumen dalam suatu wilayah yang sudah ditentukan dengan cara mengenalkan suatu produk. Seperti: memberi brosur, maupun menjelaskan di tempat ramai maupun di masyarakat.

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

¹⁰⁰ Abdul Rauf et all, *Digital Marketing: Konsep dan strategi* (Cirebon: Insania, 2021), 103.

¹⁰¹ Aselina Endang Trihastuti, *Etika Bisnis Islam* (Yogyakarta: Depublish, 2021), 121.

2) Promosi melalui media *offline*

Promosi media offline ini memberitahu jasa, produk, usaha atau merek melalui media cetak, radio dan televisi. Untuk meningkatkan penjualan. Beberapa diantaranya yakni promosi lewat media cetak (majalah, televisi, koran, iklan, radio, spanduk, brosur, dll).

3) Promosi melalui media *online*

Promosi ini akan memperkenalkan produk, layanan dan merek melalui media digital. Perkembangan teknologi dan media informasi sudah mempengaruhi cara promosi. Banyak media promosi digital terutama melalui media sosial, situs web, mesin pencari, dan lainnya.¹⁰²

4) Tujuan Promosi

Secara terperinci tujuan promosi bisa dijabarkan sebagai berikut :

a) Menginformasikan (*informing*):

- (1) Memberitahukan kepada konsumen produk baru
- (2) Memberitahukan langkah pemakaian terbaru sebuah produk
- (3) Menjabarkan langkah kinerja produk
- (4) Menginformasikan jasa atau produk yang tersedia dalam suatu perusahaan

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id (5) Mengatasi kecemasan konsumen digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

¹⁰²Wulan Ayodya, *UMKM 4.0 Strategi UMKM Memasuki Era Digital* (Jakarta: PT Gramedia, 2020), 150-152.

- (6) Meningkatkan citra perusahaan
- b) Membujuk pelanggan sasaran (*persuading*):
 - (1) Mengalihkan pilihan ke Merek tertentu
 - (2) Membentuk pilihan merek
 - (3) Mengubah anggapan konsumen atas atribut produk
 - (4) Mempengaruhi pelanggan agar membeli atau menggunakan produk
 - (5) Mempengaruhi konsumen agar mengkonfirmasi kedatangan *marketing*.
- c) Mengingat (*reminding*), terdiri dari:
 - (1) Mengingat konsumen bahwa produk yang berkaitan dibutuhkan dalam waktu singkat.
 - (2) Memperingatkan pelanggan atas lokasi penjualan barang perusahaan.
 - (3) Membuat pelanggan selalu ingat meskipun tidak ada kampanye promosi.
 - (4) Mengontrol supaya ingatan pertama pelanggan pada produk perusahaan. Contohnya jika konsumen atau nasabah pensiun membutuhkan modal usaha atau kebutuhan keluarga, diharapkan ingatan pertamanya adalah produk pembiayaan pensiunan di BSI KCP Jember Balung.¹⁰³

¹⁰³ Harman Malau, *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global* (Bandung: Alfabeta, 2018), 112-113.

5) Indikator Promosi

a) Periklanan

Periklanan adalah bentuk promosi *non personal* yang digunakan perusahaan ditujukan untuk merangsang pembelian pembelian ada beberapa tujuan periklanan yaitu:

- (1) Iklan membujuk (*Persuasive Advertising*)
- (2) Iklan yang bersifat menyampaikan informasi (*Informative Advertising*)
- (3) Iklan pengingat (*Reminder Advertising*)
- (4) Iklan pemantapan (*Reinforcement*).

b) Penjualan *personal*

Bentuk promosi pribadi dengan presentasi lisan yang berbicara dengan calon konsumen dengan tujuan menciptakan insentif pembelian. Penjualan pribadi memainkan peran utama saat pemasaran jasa sebab :

- (1) Komunikasi *personal* antara penyedia jasa serta konsumen sangat penting
- (2) Jasa disediakan oleh manusia bukan mesin
- (3) Manusia termasuk bagian dari produk jasa

c) Publisitas (*Public Relation-publicity*)

Publisitas adalah kegiatan membujuk nasabah melalui pameran dan *sponsorship* kegiatan bakti sosial. Kegiatan ini sering disebut dengan hubungan masyarakat. Hubungan masyarakat dapat meningkatkan reputasi bank dari perspektif

nasabah. Tujuannya supaya nasabah lebih mengetahui bank dan agar tetap mengingat bank serta menarik minat.

d) *Word of mouth*

Pelanggan, dengan kepuasan atau ketidakpuasan, berbicara dengan teman-teman mereka tentang pengalaman mereka menerima layanan ini. Oleh karena itu, *word of mouth* memiliki dampak yang besar terhadap pemasaran jasa.¹⁰⁴

3. Kualitas Pelayanan

a. Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas Pelayanan adalah pelayanan yang berfokus pada penyediaan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketetapan penyampaian untuk memberikan kepuasan konsumen. Melalui pelayanan ini, dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen. Pelayanan sangat penting untuk menarik pelanggan, pelayanan yang baik akan memuaskan mereka.¹⁰⁵

Pelayanan yang baik penting karena merupakan alat promosi bagi calon nasabah dan nasabah. *Service excellence* di bank dapat dikatakan sebagai pelayanan yang memuaskan nasabah sehingga dapat dengan mudah mendapatkan apa yang diinginkan dan mendapatkan lebih dari yang diinginkan. Kepuasan konsumen merupakan tolak ukur kesuksesan berbisnis layanan perbankan syariah. Salah satu tujuan tersebut bisa diraih dengan pelayanan yang baik (*good service*).

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

¹⁰⁴ Didin Fatihuddin dan Anang Firmansyah, *Pemasaran Jasa Strategi, Mengukur Kepuasan, dan Loyalitas Pelanggan* (Yogyakarta: Depublish, 2019), 153-155

¹⁰⁵ Meithiana Indrasari, *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan* (Jawa Timur: Unitomo Press, 2019), 57.

Konsep utamanya adalah bagaimana kenyamanan dan kemudahan yang dirasakan nasabah dalam setiap proses penggunaan produk perbankan syariah.¹⁰⁶

Hal ini sejalan dengan apa yang di sampaikan oleh Rasulullah SAW dalam sebuah hadist.

وَمَنْ يَسَّرَ عَلَىٰ مُعْسِرٍ يَسَّرَ اللَّهُ عَلَيْهِ فِي الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ، وَمَنْ سَتَرَ مُسْلِمًا
سَتَرَهُ اللَّهُ فِي الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ

Artinya; “Barang siapa yang memudahkan urusan orang yang mengalami kesulitan, maka Allah akan memudahkan untuknya di dunia maupun di akhirat” (HR, Muslim)¹⁰⁷

b. Etika Dalam Pelayanan

1) Sikap dan perilaku

Sikap serta perilaku yakni elemen utama dari etika pelayanan.

Sikap menunjukkan individualitas serta citra perusahaan.

2) Penampilan

Penampilan umum dimulai dengan pakaian, bahasa, gerak tubuh, sikap, dan tindakan.

3) Cara berpakaian

Karyawan atau petugas harus berpakaian dengan benar dan berpakaian dengan kombinasi yang menarik. Gunakan pakaian seragam jika karyawan diberikan pakaian pada waktu yang dijadwalkan.

¹⁰⁶ Cakti Indra Gunawan, *Strategi Model Perbankan Syariah Menghadapi Persaingan di Era Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA)* (Malang: CV. IRDH, 2017), 178.

¹⁰⁷ Ibid.,

4) Gerak-gerak

Gestur termasuk ekspresi wajah, gerakan mata, anggota badan, tubuh atau kaki.

5) Cara berbicara

Karyawan perlu berbicara secara kreatif agar konsumen dapat berbicara. Sebaliknya, sebagai konsumen yang banyak bertanya, karyawan harus bisa mendengarkan dengan seksama.¹⁰⁸

Upaya peningkatan kualitas layanan yang diberi oleh bank harus berorientasi pada masyarakat maupun pasar sebagai pemakai layanan perbankan. Perihal tersebut terkait keinginan seseorang dalam menjalin hubungan baik dengan bank dimana transaksi menjadi aman serta mudah dilakukan. Ayat 159 Al-Qur'an al-imran, memerintahkan seseorang untuk bersikap lemah lembut.

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَأَنفَضُوا
مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا
عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ﴿١٥٩﴾

Artinya: "Maka disebabkan rahmat Allah lah kamu berlaku lemah lembut kepada mereka. Sekiranya kamu bersikap keras dan berhati kasar, tentulah mereka akan menjauh darimu. Karena itu maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaralah dengan mereka tentang urusan itu, Kemudian apabila kamu memutuskan. Maka bertakwalah pada Allah. Allah cinta umat yang bertawakkal kepada-Nya."¹⁰⁹

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

¹⁰⁸ Meithiana Indrasasi, *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan* (Jawa Timur: Unitomo Press, 2019), 60.

¹⁰⁹ Cakti Indra Gunawan, *Strategi Model Perbankan Syariah Menghadapi Persaingan Di Era Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA)* (Malang: CV. IRDH, 2017), 184.

c. Indikator Kualitas Pelayanan

- 1) *Assurance* (jaminan) yakni pengetahuan serta kesantunan pegawai dan kemampuan untuk mengungkap kebenaran serta kerahasiaan. Hal ini meliputi komunikasi verbal dan tertulis antara pegawai bank dan nasabah.
- 2) *Reliability* (kehandalan) yakni kemampuan untuk memberikan layanan sesuai yang dijanjikan, akurat serta konsisten.
- 3) *Tangible* (kenyataan) yang berarti tampilan dari fasilitas secara fisik peralatan, personal dan materi komunikasi.
- 4) *Emphaty* (empati) yakni perhatian secara individu atas para konsumen dari bank.
- 5) *Responsiveness* (daya tanggap) yakni usaha dalam memberi layanan yang cepat atas seluruh impian serta keperluan konsumen.¹¹⁰

4. Harga

a. Pengertian Harga

Harga merupakan salah satu aspek terpenting dalam kegiatan bauran pemasaran. Penetapan harga menjadi hal utama karena penetapan tarif mempengaruhi perilaku produk dan layanan bank syariah. Bagi bank, khususnya bank berdasar prinsip konvensional, harga adalah bunga, biaya administrasi, biaya provisi, ongkos kirim,

¹¹⁰ Ibid., 189.

biaya sewa, biaya tagih dan biaya lainnya. Sedangkan harga bagi bank yang berdasar hukum islam yakni bagi hasil.¹¹¹

Menurut Kloter serta Amstrong, harga besaran nilai yang perlu dibayarkan atas produk, maupun besaran jumlah nilai tukar pembeli atas fungsi karena memakai produk tersebut.¹¹² Harga suatu produk maupun jasa merupakan faktor utama permintaan pasar, harga mempengaruhi posisi pesaing serta bagian maupun saham pasar perusahaan. Harga berdampak besar pada laba bersih dan pendapatan.¹¹³

b. Tujuan Penentuan Harga

Penentuan harga bank syariah bertujuan mencapai beberapa tujuan. Secara umum tujuan penetapan harga:

1) Untuk bertahan hidup

Pengelola bank syariah menetapkan harga yang rendah bertujuan supaya jasa serta barang yang tersedia akan laku dipasaran. Misalnya, premi rendah tetapi klaim tinggi.

2) Untuk memperbesar *market share*

Penentuan harga dengan harga rendah sehingga diharapkan untuk meningkatkan konsumen dan beralih ke produk pesaing.

¹¹¹ Abdul Wadud Nafis, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah* (Lumajang: Cendekia Publishing, 2013), 67.

¹¹² Philip Kloter dan Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2001), 439.

¹¹³ Meitihina Indrasari, *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan* (Jawa Timur: Unitomo Press, 2019), 38.

3) Mutu Produk

Tujuannya untuk memberi kesan bahwa produk maupun jasa yang tersedia berkualitas tinggi serta harga jual ditentukan lebih tinggi.

4) Sebab Pesaing

Dalam hal ini, harga ditentukan dengan melihat harga pesaing. Bertujuan supaya harga yang ditawarkan tidak lebih dari bunga pesaing. Artinya, bunga deposito lebih tinggi dari bunga pesaing, serta bunga pinjaman lebih sedikit dari Bunga pesaing.¹¹⁴

c. Faktor yang mempengaruhi harga

Faktor yang mempengaruhi pada harga meliputi:

- 1) *Deman for the product*, saat menetapkan harga suatu produk, bank perlu menaksir permintaan terhadap produk.
- 2) *Target share of market*, yakni *market share* yang ditargetkan oleh perusahaan.
- 3) *Competitive reactions*, yakni reaksi atas pesaing.
- 4) *Use of creams-skimming pricing of penetration pricing* yakni merencanakan strategi yang wajib diterapkan ketika perusahaan sedang memasuki pasar dengan harga yang tinggi maupun harga yang rendah.
- 5) *Other parts of the marketing mix*, yakni perusahaan wajib memikirkan strategi *marketing mix* (promosi, saluran distribusi, serta kebijakan produk.)

digilib.uinkhas.ac.id | digilib.uinkhas.ac.id | digilib.uinkhas.ac.id | digilib.uinkhas.ac.id

¹¹⁴Abdul Wadud Nafis, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah* (Lumajang: Cendekia Publishing, 2013), Ibid., 68-69.

- 6) Dana untuk memproduksi maupun membeli produk.
- 7) *Product Line Pricing*, yakni ketetapan harga terhadap produk yang berkaitan dalam biaya, permintaan atau tingkat persaingan.
- 8) Berkaitan dengan permintaan.
- 9) Berkaitan dengan biaya.
- 10) Adanya penyesuaian harga.¹¹⁵

d. Indikator Harga

Indikator harga dalam penelitian ini yaitu:

- 1) kesesuaian harga dengan kualitas produk:

Besarnya harga menentukan kualitas produk yang akan ditawarkan kepada konsumen.

- 2) Kesesuaian harga dengan manfaat:

Konsumen akan senang saat mendapat manfaat sesudah menggunakan apa yang ditawarkan sesuai dengan nilai yang mereka keluarkan.

- 3) Keterjangkauan harga:

Harga dapat dijangkau oleh semua orang, tergantung dari segmen pasar sasaran yang dipilih.

- 4) Daya saing harga:

Harga yang ditawarkan lebih tinggi maupun dibawah rata-rata daripada pesaing.¹¹⁶

¹¹⁵ Fajar Laksana, *Manajemen Pemasaran, Pendekatan Praktis* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), 117-118.

¹¹⁶ Meitihina Indrasari, *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan* (Jawa Timur: Unitomo Press, 2019), 43.

5. Minat Nasabah

a. Pengertian Minat Nasabah

Minat merupakan aspek psikologis yang mempengaruhi perilaku serta sebagai sumber motivasi bagi orang untuk melaksanakan keinginan. Minat yakni kecenderungan untuk memperhatikan dan menanggapi orang, situasi, atau aktivitas yang diminati dengan senang hati. Dengan kata lain, ada suatu usaha (untuk mengetahui, mendekati, mengendalikan, dan berhubungan) dari subyek yang dilakukan dengan perasaan senang dari objek tersebut.¹¹⁷

Nasabah sendiri merupakan orang yang biasa berhubungan dengan atau menjadi pelanggan bank (dalam hal keuangan).¹¹⁸ Oleh karena itu, minat nasabah merupakan penentuan sejumlah orang kepada pemilihan antar suka dan tidak suka terhadap suatu obyek, nilai-nilai pengalaman, kesenangan, perhatian dan partisipasi seseorang terhadap suatu kegiatan yang disukainya.

b. Indikator Minat

1) Minat transaksional

Yakni kecenderungan seseorang untuk membeli produk.

2) Minat referensial

Yakni kecenderungan seseorang untuk merefensikan produk pada orang lain.

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

¹¹⁷ Abdul Rahmad Shaleh dan Muhibb Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam* (Jakarta: Prenada Media, 2004), 263.

¹¹⁸ Dinas Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: PN. Balai Pustaka, 2003), 775.

3) Minat preferensial

Menggambarkan perilaku seseorang terutama yang memiliki preferensi terhadap produk. Preferensi ini bisa diganti saat terjadi sesuatu pada produk preferensinya.

4) Minat eksploratif

Minat ini menggambarkan perilaku konsumen yang terus menerus mencari informasi mengenai produk yang diminatinya serta mencari informasi untuk mendukung karakteristik positif atas produk.¹¹⁹

6. Pembiayaan

a. Pengertian Pembiayaan

Pembiayaan yakni berasal dari *I believe, I trust*, yakni “saya percaya serta saya menaruh kepercayaan”. Kata pembiayaan bermakna kepercayaan (*trust*) yang bermakna bank mempercayakan seseorang melakukan kewajiban yang diberikan kepada bank selaku *shahibul maal*. Hal itu harus di pergunakan dengan benar, adil serta harus disertai ikatan serta persyaratan yang jelas dan saling menguntungkan bagi kedua pihak.¹²⁰

Pembiayaan secara luas, yaitu financing atau pembelanjaan yang dilediakan untuk mendukung investasi terencana, baik yang dilakukan oleh diri sendiri maupun orang lain. Di sisi lain pembiayaan

¹¹⁹ Makmur Kambolong, *Metode Riset dan Analisis Saluran Distribusi* (Pasuruan: IKAPI, 2021), 24.

¹²⁰ Ferayanti, Rahimah Embong, Hanif Md Lateh, *Analisis Pemikiran KH. Fahmi Basya Tentang Matematika Islam* (Islam Universalia International Journal of Islamic Studies And Social Sciencess, Vol 1 Mei 2019), 118-119.

digunakan untuk mendefinisikan pendanaan dilakukan oleh lembaga keuangan seperti bank syariah kepada nasabah.

Berdasar Undang-Undang Perbankan Syariah No.21 2008 pasal 25:

*Pembiayaan adalah penyedia dana atau tagihan yang disamakan dengan itu berupa transaksi bagi hasil dalam bentuk mudharabah dan musyarakah, transaksi sewa menyewa dalam bentuk ijarah dan sewa beli atau ijarah muntahiya bit tamlik, transaksi jual beli dalam bentuk hutang piutang Murabahah, Salam dan Istisna, transaksi pinjam meminjam dalam bentuk qard, dan transaksi sewa menyewa jasa dalam bentuk ijarah.*¹²¹
Perihal tersebut terkait dalam firman Allah SWT:

قُلْ إِنْ تَحْفُوا مَا فِي صُدُورِكُمْ أَوْ تَبْدُوهُ يَعْلَمُهُ اللَّهُ وَيَعْلَمُ مَا فِي السَّمَوَاتِ وَمَا فِي الْأَرْضِ وَاللَّهُ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ ﴿٢٩﴾

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesama dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu, sesungguhnya Allah adalah maha penyayang kepadamu.” (QS. An-Nisa’ (3): 29).¹²²

Dalam artian lain, pembiayaan adalah salah satu jenis kegiatan usaha atau tugas pokok bank syariah, yaitu menyediakan fasilitas penyediaan dana untuk memenuhi kebutuhan pihak-pihak yang merupakan defisit unit. Berdasarkan kesepakatan atau persetujuan antara bank syariah atau UUS (Unit Usaha Syariah) dan pihak lain yaitu nasabah penerima fasilitas yang mewajibkan pihak lain yang

¹²¹ Andrianto dan Anang Firmasnyah, *Manajemen Bank Syariah (Implentasi Teori dan Praktek)* (Surabaya:CV. Penerbit Qiara media 2019), 305-306.

¹²² Al Qur’an dan terjemahan, 4:129.

dibiayai atau diberi fasilitas dana untuk mengembalikan dana tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan *ujrah*, tanpa imbalan, atau bagi hasil.¹²³

b. Jenis Pembiayaan Berdasarkan Tujuan Penggunaan

Berdasar manfaat kegunaan, yakni:

- 1) Pembiayaan konsumtif. Yaitu pinjaman yang diperuntukkan nasabah dipakai sebagai pembiayaan produk konsumen. Pembiayaan ini biasanya untuk individu, contohnya membeli rumah atau membeli mobil guna keperluan pribadi. Pelunasan pinjaman secara mencicil dilakukan dari gaji, bukan dari target pinjaman. Jenis pembiayaan konsumen adalah:
 - a) Pembiayaan perumahan
 - b) Pembiayaan mobil
 - c) Pembiayaan multiguna
 - d) Kartu pembiayaan
- 2) Pembiayaan komersial. Yakni pembiayaan yang diperuntukkan untuk individu maupun badan usaha yang dipakai sebagai pembiayaan. Pembiayaan komersial berasal dari hasil usaha :
 - a) Pembiayaan mikro
 - b) Pembiayaan usaha kecil
 - c) Pembiayaan usaha menengah
 - d) Pembiayaan korporasi.¹²⁴

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

¹²³ Numasrina dan Adiyes Putra, *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah* (Pekanbaru:Cahaya Firdaus, 2018), 1-2.

c. Jenis Pembiayaan Berdasarkan Keperluan

- 1) Pembiayaan modal kerja. Yakni fasilitas pembiayaan yang dipakai sebagai penambah modal kerja suatu perusahaan. Pembiayaan modal kerja digunakan untuk membeli bahan baku, biaya produksi, pemasaran serta modal kerja serta operasional yang lain.
- 2) Pembiayaan investasi. Yaitu fasilitas yang dipakai sebagai pembelian untuk rehabilitasi, modernisasi atau ekspansi. Pembiayaan investasi bersifat jangka panjang atau menengah.
- 3) Pembiayaan proyek fasilitas pembiayaan yang dipakai sebagai pembiayaan investasi maupun modal kerja untuk proyek baru.¹²⁵

d. Pembiayaan Pensiun Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung

Pembiayaan kepada pensiunan dengan menyalurkan fasilitas *consumer* (termasuk untuk pembiayaan multiguna) untuk para pensiunan dengan cara pembayaran cicilan dilaksanakan dengan cara sistem potong gaji maupun uang pensiun langsung yang diterima oleh pihak bank setiap bulan. Untuk akad yang dipakai yakni *akad murabahah, qard*.

e. Kriteria Nasabah Pembiayaan Pensiun Bank Syariah Indoensia KCP

Balung:

- 1) Cakap hukum.
- 2) Pensiunan Pegawai Negeri Sipil Pusat/Daerah. Janda ASN,

Pensiunan pegawai BUMN/Asing/Swasta yang mendapatkan

¹²⁴ Andrianto dan Anang Firmasnyah, *Manajemen Bank Syariah (Implentasi Teori dan Praktek)*, (Surabaya:CV. Penerbit Qiara media 2019), 332

¹²⁵Ibid., 333.

penghasilan pensiun (pensiun bulan). Pada saat jatuh tempo pembiayaan usia nasabah maksimal 74,5 bulan.

- 3) Pensiunan serta pensiunan janda ASN/PNS yang belum memasuki TMT pensiun tetapi telah menerima SK Pensiun.
- 4) Bersedia mengalihkan pembayaran pensiun bulannya lewat BSI KCP Jember Balung.

f. Manfaat Angsuran Pembiayaan Pensiun Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung

- 1) Meningkatkan kualitas hidup pensiunan dengan sistem bayar cicilan dengan langsung memotong gaji pensiun tiap bulan.
- 2) Memberikan peluang serta keringanan mendapatkan fasilitas pembiayaan¹²⁶

g. Adapun dalam persyaratan melakukan angsuran pembiayaan pensiunan di BSI KCP Jember Balung sebagai berikut:

- 1) Sk pensiun
- 2) Karip (kartu identitas pensiun)
- 3) KTP
- 4) KK
- 5) NPWP pemohon
- 6) Surat nikah
- 7) Mutasi rekening 3 bulan

- 8) Foto 3 x 4¹²⁷

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

¹²⁶ Agung Rizal Tri Prasetyo, *Wawancara*, Jember, 05 Oktober 2021.

h. Mekanisme Angsuran Pembiayaan Pensiunan Bank Syariah Indonesia

Mekanisme proses pembiayaan pensiun dimulai dari kolaborasi diantara pihak bank serta pihak pengelola dana pensiun yakni: TASPEN. Nasabah yang mempunyai dana pensiun TASPEN jika berkeinginan memperoleh pembiayaan pensiun wajib mengisi dan melengkapi formulir.

Tahapan setelahnya BSI melaksanakan evaluasi form yang sudah di isi. Saat semua persyaratan sudah benar dan pengajuan sudah diterima. Pihak bank akan menghubungi melalui telepon untuk melakukan proses penandatanganan kontrak pembiayaan serta pencairan dana pinjaman.

i. Jenis Penggunaan Angsuran Pembiayaan Pensiunan BSI antara lain:

- 1) Biaya haji dan umroh
- 2) Biaya pendidikan anak
- 3) Investasi masa depan
- 4) Biaya pengobatan
- 5) Renovasi rumah
- 6) Modal usaha¹²⁸

¹²⁷ Tabel Pembiayaan Pensiunan Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung.

¹²⁸ Agung Rizal Tri Prasetyo, *Wawancara*, Jember, 05 Oktober 2021.

BAB III

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA

A. Gambaran Objek Penelitian

Tempat penelitian di Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung yang bertempat di JL. Rambipuji Nomor. 78, Kabupaten. Jember, Kecamatan Kebonsari Balung Lor, Jawa Timur 68152. Untuk mengetahui lebih jauh tentang objek dan penjelasan masalah, tema penelitian disajikan secara sistematis yakni :

1. Sejarah Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung.

Pada tanggal 1 Februari 2021, tepat 19 Jumadil Akhir 1442 H, berdirinya Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, serta BRI Syariah yang terintegrasi pada satu pusat yakni Bank Syariah Indonesia (BSI). Ketiga bank syariah memiliki keunggulan yakni memberi pelayanan terbaik, jangkauan menyeluruh serta luas, serta kapasitas modal yang terbaik. Didukung sinergi perusahaan pusat (Mandiri, BNI, BRI) serta komitmen pemerintah lewat Kementerian Badan Usaha Milik Negara. Bank Syariah Indonesia didorong untuk dapat bersaing di tingkat skala global.¹²⁹ Setelah resmi berlalih menjadi Bank Syariah Indonesia, Bank Syariah Mandiri KCP Jember Balung sekarang resmi menjadi Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung.

2. Visi dan Misi Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung.

1) Visi: digilib.uin nas.u digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

¹²⁹ <https://ir.bankbsi.co.id> (Diakses Senin 24 Januari 2022).

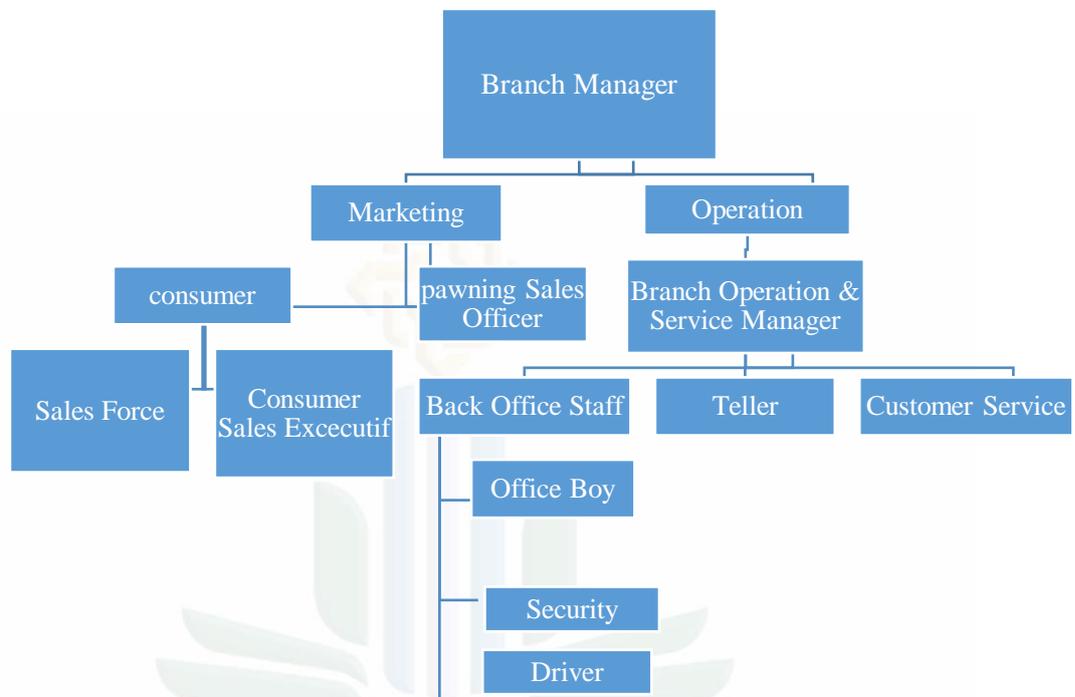
1. Top 10 Global *Islamic Bank*

- 2) Misi:

1. Menyediakan akses solusi keuangan syariah Indonesia. Melayani lebih dari 20 juta nasabah, dan menjadi top 5 bank teratas berdasarkan aset (500 + T) dengan nilai buku 50 pada tahun 2025.
2. Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham. Top 5 bank yang paling profitable di Indonesia (ROE 18%) dan valuasi kuat (PB > 2).
3. Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia. Perusahaan dengan nilai yang kuat dan memberdayakan masyarakat serta berkomitmen pada pengembangan karyawan dengan budaya berbasis kinerja.¹³⁰

¹³⁰ Dokumentasi, Visi dan Misi Bank Syariah Indonesia, Jember, 31 Maret 2022.

3. Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung



Tabel 3.1
Keterangan Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia
KCP Jember Balung

Nama Pimpinan dan Karyawan Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung	
Jabatan	Nama
Branch Manager	Bayu Krisna Wardana
Consumer / Retail Banking Relationship Manager	Agung Riezal Tri Satriyo Muhammad Risky F
Sales Force	Dwi Kurnia Anggraini
Consumer Sales Excecutive	Panji Agus Setiawan Heni Melsandi
Pawning Sales Officer	Maulana Fathur Rozak Rudi Eko Prasetyo
Branch Operation & Service Manager	Hendry Sonny Aprianto
Back Office Staff	Arifin
Teller	Dyah Murtafiah
Customer Service	Febri Subachtiar
Security	Ahmat Mujayin Bagus Sasongko Nur Arifin

Driver	Lutfi Said
Office Boy	Moch Hamim

Sumber: Dokumentasi Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung 2022

B. Penyajian Data dan Analisis

Analisis data yang dipakai penelitian yakni analisis deskriptif yang bertujuan untuk menjelaskan kondisi gejala individu kelompok tertentu seakurat mungkin. Perangkat yang dipakai penelitian yakni kuesioner, dengan pertanyaan sebanyak 5 kuesioner variabel X1, 5 kuesioner variabel X2, 5 kuesioner X3, dan 5 kuesioner Y. Oleh karena itu, total pernyataan yakni 20. Kuesioner yang dibagikan kepada pensiunan (nasabah) meliputi promosi (X1), kualitas layanan (X2), serta harga (X3), terhadap minat nasabah (Y) menggunakan produk pembiayaan pensiunan di bank Syariah KCP Jember Balung.

Tabel 3.2
Pemberian Data Skala Likert

No		Jawaban	Skor
1	SS	Sangat Setuju	5
2	S	Setuju	4
3	N	Netral	3
4	TS	Tidak Setuju	2
5	STS	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Suliyanto (2020).

1. Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini yakni pensiunan yang memakai produk pembiayaan pensiunan pada Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung. Sebelum dilaksanakan analisa, peneliti akan memaparkan data pensiunan yang digunakan sampel yang diperoleh atas responden pensiunan

yang memakai produk pembiayaan pensiunan pada Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung :

Tabel 3.3
Hasil Pengelompokan Responden Menurut Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
Laki-Laki	28	70%
Perempuan	12	30%
Total	40	100%

Sumber: Data diolah SPSS 21

Berdasarkan keterangan data tersebut memaparkan yakni pensiunan pria paling banyak dibanding pensiunan wanita. Pensiunan pria berjumlah 28 pensiunan serta untuk pensiunan wanita 12.

Tabel 3.4
Hasil Pengelompokan Responden Menurut Usia

No	Usia	Jumlah	Presentase
1	58-60 Tahun	25	62.5%
2	61-65 Tahun	15	37.5%
Total		40	100%

Sumber: Data diolah SPSS 21

Tabel tersebut memaparkan yakni jumlah pensiunan yang berumur 58-60 Tahun yakni 25 orang, pensiunan yang berumur 61-65 Tahun 15 orang.

Adapun data mengenai pekerjaan nasabah yang menggunakan produk pembiayaan pensiunan pada Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung:

Tabel 3.5
Hasil Pengelompokan Responden Menurut Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah	Presentase
1	PNS	32	80%
2	BUMD	2	5%
3	BUMN	6	15%
4	TNI/POLRI	-	
5	Total	40	100%

Sumber: Data diolah SPSS 21

tabel tersebut, memaparkan pensiunan yang terbanyak yakni PNS berjumlah 32 nasabah, serta yang paling sedikit pekerjaan BUMD 2 nasabah, untuk pekerjaan BUMN 6 nasabah, sedangkan pekerjaan TNI/POLRI 0 nasabah dalam artian nasabah produk pembiayaan pensiunan tidak ada yang bekerja TNI/POLRI.

Berikutnya adapun data mengenai pendidikan terakhir nasabah Produk Pembiayaan Pensiunan di Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung sebagai berikut:

Tabel. 3.6
Hasil Pengelompokan Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No	Pendidikan	Jumlah	Presentase
1	Diploma	8	20%
2	S1	27	67,5%
3	S2	4	10%
4	S3	1	1%
5	Total	40	100%

Sumber: Data diolah SPSS 21

Berdasarkan data tersebut dapat ditarik kesimpulan atas 40 responden, jumlah nasabah dengan pendidikan Diploma 8 atau 20%, tingkat pendidikan S1 sebanyak 27 orang atay 67,5%, sedangkan S2 berjumlah 4 dengan presentase 10%, S3 hanya 1 dengan presentase 1%.

C. Analisis dan Pengujian Hipotesis

1. Uji Validitas

Uji Validitas memaparkan ketetapan serta kesesuaian sebuah alat ukur butiran pada sebuah daftar kuesioner dalam mendefinisikan suatu variabel, sebagai alat keputusan apakah instrument itu valid ataukah tidak, besarnya

korelasi r_{hitung} dibanding dengan r_{tabel} , dengan presentase signifikansi 5% atas rumus perbandingan yakni:

- 1) Saat $r_{hitung} > r_{tabel}$ = valid
- 2) Saat $r_{hitung} > r_{tabel}$ = tidak valid¹³¹

Penelitian ini mempunyai responden yakni 40 jadi nilai r_{tabel} bisa didapat dari tabel *r product moment pearson* atas *df (degree of freedom)*= $n-2$, serta $df= 40-2= 38$, jadi $r_{tabel} = 0,320$. Hasil uji validitas SPSS 21.

Tabel 3.7
**Hasil Uji Validitas variabel promosi (X1), kualitas pelayanan (X2),
Harga (X3) dan minat nasabah (Y).**

Variabel	Item Pernyataan	Nilai r hitung	Nilai r tabel 5%	Keterangan
Promosi (X1)	X1.1	0,672	0,320	Valid
	X1.2	0,719	0,320	Valid
	X1.3	0,700	0,320	Valid
	X1.4	0,699	0,320	Valid
	X1.5	0,684	0,320	Valid
Kualitas Pelayanan (X2)	X2.1	0,653	0,320	Valid
	X2.2	0,724	0,320	Valid
	X2.3	0,617	0,320	Valid
	X2.4	0,535	0,320	Valid
	X2.5	0,678	0,320	Valid
Harga (X3)	X3.1	0,608	0,320	Valid
	X3.2	0,719	0,320	Valid
	X3.3	0,703	0,320	Valid
	X3.4	0,447	0,320	Valid
	X3.5	0,712	0,320	Valid
Minat Nasabah (Y)	Y.1	0,801	0,320	Valid
	Y.2	0,792	0,320	Valid
	Y.3	0,802	0,320	Valid
	Y.4	0,813	0,320	Valid
	Y.5	0,774	0,320	Valid

Sumber: Data diolah SPSS 21

¹³¹ Budi Darma, *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji f, R2)* (Jakarta:Guepedia),8.

Atas hasil uji validasi terhadap variabel promosi, kualitas pelayanan, harga serta minat nasabah dari total 20 pernyataan menunjukkan $r_{hitung} > r_{tabel}$. Hal ini menunjukkan bahwa semua item dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas.

Uji reliabilitas dilakukan sesudah instrument telah dipastikan validitasnya. Uji reliabilitas penelitian ini memaparkan tingkat reliabilitas yang konsisten dengan mengukur koefisien *Cronbach's Alpha* dengan SPSS 21. Nilai Alpha bervariasi 0-1, suatu pernyataan bisa dikategorikan reliabel jika:

- a. Hasil Alpha Cronbach $> 0,60$ = reliabel
- b. Hasil Alpha Cronbach $< 0,60$ = tidak reliabel¹³²

Berikut output pengujian reliabilitas memakai SPSS 21 atas seluruh variabel penelitian:

Tabel 3.8
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha variable	Cronbach's Alpha	N of items	Keterangan
Promosi X1	0,730	$>0,60$	5	Reliabel
Kualitas Pelayanan X2	0,646	$>0,60$	5	Reliabel
Harga X3	0,649	$>0,60$	5	Reliabel
Minat Nasabah Y	0,855	$>0,60$	5	Reliabel

Sumber: Data diolah SPSS 21

Tabel diatas menunjukkan bahwa nilai *cronbach's alpha* dari variabel promosi, kualitas pelayanan, harga dan minat nasabah bisa ditarik kesimpulan pernyataan pada kuesioner semua variabel tersebut

¹³² Budi Darma, *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji f, R2)* (Jakarta:Guepedia),17.

reliabel dikarenakan nilai *cronbach's alpha* lebih besar dari 0,60. Jadi bisa ditarik simpulan tiap item pernyataan yang dipakai bisa didapati data yang stabil yang ketika pernyataan itu ditanyakan lagi maka mendapat jawaban sama atas jawaban sebelumnya.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan sebagai alat untuk melihat distribusi data variabel yang dipakai pada penelitian. Uji normalitas dipakai akankah data pada variabel pada penelitian tersebut berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas bisa diketahui atas uji Kolmogorov-Smirnov. Uji normalitas memakai uji kolmogorov-smirnov jika signifikan $> 0,05$ sehingga data berdistribusi normal.¹³³ Dibawah ini tersaji output uji normalitas.

Tabel. 3.9
Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		40
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.94540029
Most Extreme Differences	Absolute	.120
	Positive	.075
	Negative	-.120
Kolmogorov-Smirnov Z		.760
Asymp. Sig. (2-tailed)		.611

¹³³ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi* (Yogyakarta:Pustaka Baru Press, 2015), 225.

- a. Test distribution is Normal.
 - b. Calculated from data.
- Sumber: Data di olah SPSS 21

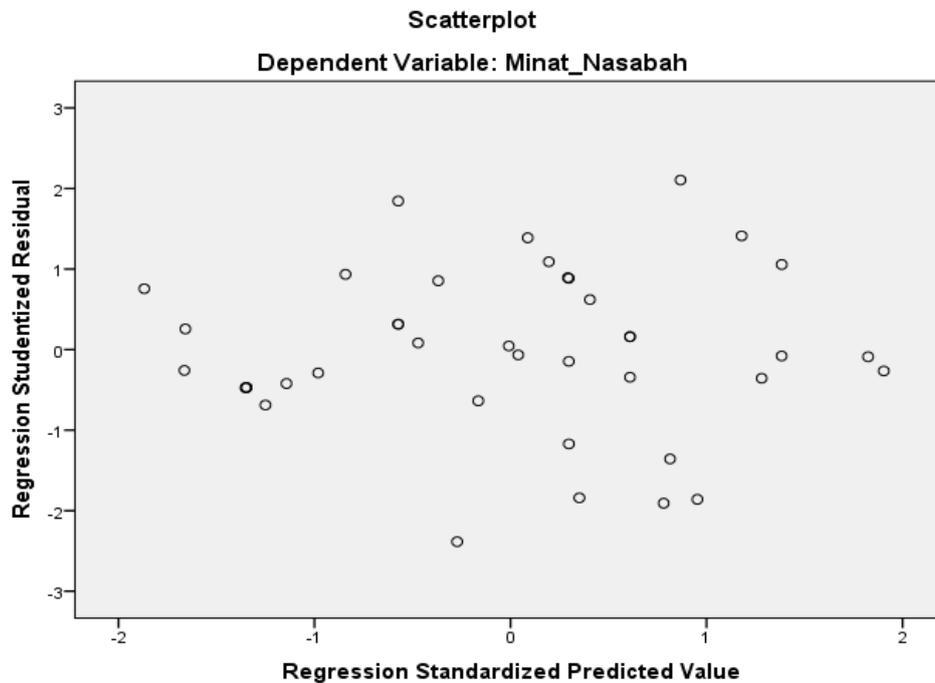
Output uji normalitas tersebut memakai metode Kolmogorov-Smirnov didapat dari nilai Asymp. Sig. (2-tailed), jadi hasil signifikansi dari uji normalitas senilai 0,611 yang mana output itu diatas nilai signifikansi > 0.05 . Jadi bisa ditarik simpulan uji tes normalitas penelitian terdistribusi normal.

b. Uji Heteroskedasitas

Heteroskedasitas uji perbedaan *variance* residual suatu periode pengamatan ke periode pengamatan lain, cara melihat adanya heteroskedasitas di suatu model bisa didapat pada pola gambar scatterplot. Yaitu jika plotting titik tersebar di atas atau di bawah, titik bukan cuma berkumpul di atas maupun di bawah, penyebaran titik data tidak membentuk pola bergelombang.¹³⁴ Dibawah yakni output dari uji heteroskedasitas memakai SPSS 21:

¹³⁴ Hengky Latan, *Analisis Multivariate: Teknik dan Aplikasi* (Bandung: Alfabeta, 2013), 56.

Gambar 3.1
Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data diolah SPSS 21

Atas uji tersebut, bisa disimpulkan di grafik scatterplot, titik menyebar di atas serta dibawah, titik-titik dan bukan cuma berkumpul diatas maupun di bawah saja, penyebaran titik data tidak berbentuk pola bergelombang.

c. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas dengan menggunakan VIF dibutuhkan untuk melihat ada atau tidak variabel independen yang mempunyai kesamaan diantara varianbel independen atas suatu model. Model regeresi yang bagus harusnya tidak adanya korelasi antara variabel variabel bebas. Uji multikolinieritas bisa dilaksanakan dengan metode

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id
variance inflation faktor (VIF) atas nilai tolerance bisa dilaksanakan

tidak adanya gejala multikolinieritas, apabila VIF 1-10 serta nilai tolerance $> 0,10$.¹³⁵ Hasil pengujian multikolinieritas:

Tabel 3.10
Uji Multikolinieritas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	-2.541	1.494		-1.701	.098		
Promosi	.458	.142	.413	3.218	.003	.267	3.743
Kualitas_Pelayanan	-.241	.160	-.181	-1.504	.141	.302	3.310
Harga	.940	.169	.698	5.572	.000	.280	3.568

a. Dependent Variable: Minat_Nasabah
Sumber: Data diolah SPSS 21

Berdasar *output* pengujian tabel tersebut menghasilkan VIF sebagai variabel bebas yaitu variabel promosi (X1) sebesar $3.743 < 10$ dengan nilai tolerance $0.267 > 0.10$. Jadi berdasar data di atas bisa disimpulkan model regresi tersebut bebas dari multikolinieritas.

Variabel kualitas pelayanan (X2) senilai $3.310 < 0.10$ dengan nilai tolerance $0.302 > 0.10$. Jadi berdasar data itu bisa ditarik simpulan yakni model regresi tersebut bebas dari multikolinieritas.

Dan untuk variabel harga (X3) sebesar $3.568 < 0.10$ dengan nilai tolerance $0.280 > 0.10$. Jadi berdasar data itu bisa ditarik simpulan yakni model regresi itu bebas dari multikolinieritas.

¹³⁵ V. Wiratna Sujawerni, *Kupas Tuntas Penelitian Dengan SPSS* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2016), 154.

4. Pengujian Hipotesis

a. Uji t (Parsial)

Uji t digunakan sebagai alat mengetahui secara individu pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Supaya bisa melihat ada dan tidak pengaruh masing-masing variabel independen. Dalam hal ini hipotesis yang dipakai saat penelitian yakni:

H_0 : Variabel independen (promosi, kualitas pelayanan dan harga) tidak berpengaruh secara parsial terhadap s variabel dependen yakni minat nasabah

H_a : Variabel independen (promosi, kualitas pelayanan dan harga) berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen yakni minat nasabah.

Jika probabilitas $< 0,05$ maupun $t_{hitung} > t_{tabel}$, jadi H_a diterima sedangkan H_0 ditolak, jadi bisa ditarik simpulan variabel independen berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen. Sedangkan jika probabilitas $> 0,05$ maupun $t_{hitung} < t_{tabel}$, jadi H_a ditolak sedangkan H_0 diterima, jadi bisa ditarik simpulan variabel independen tidak berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen.¹³⁶ Melihat hasil uji tersebut dibutuhkan nilai t tabel yang selanjutnya dibanding t hitung atas kalkulasi memakai SPSS. Dengan menggunakan sample 40 responden dengan $df = n-k$ atau $40-4 = 36$ dengan signifikansi (α) =

¹³⁶ Mundir, *Statistika Pendidikan* (Jember: Stain Jember-Press, 2014), 119.

0,05 jadi dihasilkan t senilai 1.688. Uji hipotesis secara parsial bisa diketahui melalui tabel dibawah :

Tabel 3.11
Uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-2.541	1.494		-1.701	.098
1 Promosi	.458	.142	.413	3.218	.003
Kualitas_Pelayanan	-.241	.160	-.181	-1.504	.141
Harga	.940	.169	.698	5.572	.000

a. Dependent Variable: Minat_Nasabah

Sumber: Data diolah SPSS 21

1) Analisis Uji t:

- a) Pengaruh Promosi terhadap minat nasabah pembiayaan pensiun di Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung.

Hipotesis

Ha: Adanya pengaruh parsial promosi terhadap minat pembiayaan pensiun pada Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung.

Ho: Tidak ada pengaruh parsial promosi terhadap minat nasabah pembiayaan pensiun pada Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung.

Berdasar tabel tersebut dipaparkan signifikansi (Sig) variabel promosi (X1) 0,003 dengan t hitung senilai 3,218.

Perihal tersebut memaparkan yakni signifikansi t 0,05 (0,003 < 0,05 dan t hitung > t tabel (3,218 > 1688). Jadi Ho ditolak

sedangkan H_a diterima. Artinya, ada pengaruh parsial promosi terhadap minat nasabah dalam pembiayaan pensiun pada Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung. Artinya: promosi tersebut berpengaruh terhadap minat nasabah untuk melakukan pembiayaan pensiunan di Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung.

- b) Pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat nasabah pembiayaan pensiunan pada Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung.

Hipotesis:

H_a : Adanya pengaruh parsial kualitas pelayanan terhadap minat nasabah pembiayaan pensiun pada Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung.

H_o : Tidak ada pengaruh parsial kualitas pelayanan terhadap minat nasabah pembiayaan pensiun pada Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung.

Berdasar output tersebut dipaparkan nilai signifikansi (Sig) variabel kualitas pelayanan (X_2) yakni 0,141 dengan nilai t hitung -1.504. Dapat disimpulkan yakni signifikansi t 0,05 ($0,141 > 0,05$ serta t hitung $> t$ tabel ($-1.504 < 1.688$). H_o diterima H_a ditolak yakni tidak ada pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap minat nasabah pembiayaan pensiunan pada Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung.

- c) Pengaruh harga terhadap minat nasabah pembiayaan pensiun di Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung.

Hipotesis:

Ha: Adanya pengaruh parsial harga terhadap minat nasabah pembiayaan pensiun pada Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung.

Ho: Tidak adanya pengaruh parsial harga terhadap minat nasabah pembiayaan pensiun pada Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung.

Berdasar hasil tersebut yakni nilai signifikansi (Sig) variabel harga (X3) yakni 0,000 dengan t hitung senilai 1688. Perihal tersebut memaparkan signifikansi t 0,05 ($0,000 < 0,05$ serta $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ ($5,572 > 1688$). Sehingga Ho ditolak sedangkan Ha diterima.

2) Uji F (Simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah seluruh variabel bebas yang diteliti secara bersama-sama atau simultan berpengaruh atas variabel terikat. Syarat diterimanya hipotesis uji F, ketika nilai $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$, maupun taraf signifikasinya $< 0,05$, jadi Ho ditolak Ha diterima, bisa ditarik simpulan variabel independen secara simultan berpengaruh atas variabel dependen. Sebaliknya jika nilai $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$, maupun taraf signifikasinya $> 0,05$, jadi Ho diterima Ha ditolak, bisa ditarik kesimpulan variabel independen

secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.¹³⁷

Dengan sampel sejumlah 40, jadi $df=k-1$, $df =n-k$ ($4-1 = 3$. $40-3 = 37$) maka F tabel sebesar 2,86. Berikut uji hipotesis secara simultan bisa terlihat dari tabel berikut:

Tabel 3.12
Uji F (Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	784.301	3	261.434	63.765	.000 ^b
	Residual	147.599	36	4.100		
	Total	931.900	39			

a. Dependent Variable: Minat_Nasabah

b. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas_Pelayanan, Promosi

Sumber: Data diolah SPSS 21

Dengan hipotesis:

- 1) H_a : Adanya pengaruh variabel independen (promosi, kualitas pelayanan dan harga) terhadap minat nasabah pembiayaan pensiun di Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung secara simultan
- 2) H_o : Tidak adanya pengaruh variabel independen (promosi, kualitas pelayanan dan harga) terhadap minat nasabah pembiayaan pensiunan di Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung secara simultan.

Berdasar hasil uji tersebut, disimpulkan yakni nilai signifikansi senilai 0,000 serta nilai F_{hitung} 63.765. Karena nilai signifikansi F 0.05 ($0 < 0.05$) serta $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($63.765 > 2,86$),

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

¹³⁷ Sulyanto, *Ekonometrika Terapan, Teori dan Aplikasi dengan SPSS* (Yogyakarta: Andi, 2011), 45.

jadi H_a diterima sedangkan H_o ditolak, jadi bisa disimpulkan yakni promosi, kualitas pelayanan serta harga berpengaruh secara simultan terhadap minat nasabah pembiayaan pensiunan di Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung.

5. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menguji serta menentukan rasio pengaruh dari beberapa variabel independen serta variabel dependen. Di bawah ini hasil uji analisis regresi linier berganda promosi, kualitas pelayanan serta harga terhadap minat nasabah:

Tabel 3.14
Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-2.541	1.494		-1.701	.098
Promosi	.458	.142	.413	3.218	.003
Kualitas_Pelayanan	-.241	.160	-.181	-1.504	.141
Harga	.940	.169	.698	5.572	.000

a. Dependent Variable: Minat_Nasabah

Sumber: Data diolah SPSS 21

Berdasar uji diatas bisa disimpulkan kesamaan model regresi linier

berganda :

$$Y = (-2,541) + 0,458X_1 - 0,241 X_2 + 0,940 X_3 + e$$

Keterangan:

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

Y = Minat Nasabah

X1 = Promosi

X2 = Kualitas Pelayanan

X3 = Harga

e = Standart Error

Berdasar perhitungan SPSS diatas memberi pemaparan yakni:

- a. Nilai Konstanta α senilai -2.541 bernilai negatif, perihal tersebut memaparkan jika variabel independen promosi (X1), kualitas pelayanan (X2), serta harga (X3) dianggap tidak ada atau sama dengan 0, maka skor minat nasabah akan semakin berkurang. Dengan kata lain jika promosi, kualitas pelayanan dan harga tidak memberikan pengaruh maka minat nasabah sebesar -2.541, kondisi ini timbul karena pengaruh pelayanan terhadap minat nasabah yang masih lemah.
- b. Nilai Koefisien Promosi (X1) bernilai positif yaitu 0,458 memaparkan bahwa apabila promosi mengalami kenaikan satu satuan, maka variabel minat nasabah bertambah sebesar 0,458 dengan asumsi variabel independen lainnya bernilai tetap. Jadi dapat disimpulkan bahwa semakin gencar promosi yang dilakukan maka semakin meningkatkan minat nasabah pembiayaan pensiunan di Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung. Dan sebaliknya, semakin jarang promosi maka semakin menurunkan minat nasabah pembiayaan pensiunan di Bank Syariah KCP Jember Balung.
- c. Nilai Koefisien Kualitas Pelayanan (X2) bernilai negatif yaitu -0,241 memaparkan bahwa apabila kualitas pelayanan mengalami kenaikan satu satuan, maka minat nasabah akan mengalami penurunan sebesar -

0,241 dengan asumsi variabel independen yang lain bernilai tetap. Kualitas pelayanan bernilai negatif, maka kualitas pelayanan berpengaruh negatif terhadap minat nasabah. Apabila semakin lemah kualitas pelayanan maka semakin menurunkan minat nasabah pembiayaan pensiunan di Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung. Dan sebaliknya semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan maka semakin meningkat minat nasabah.

- d. Nilai Koefisien Harga (X3) bernilai positif yaitu 0,940 menyatakan bahwa apabila harga mengalami kenaikan satu satuan, maka variabel minat nasabah bertambah sebesar 0,940 dengan asumsi variabel independen lainnya bernilai tetap. Semakin rendah harga yang ditawarkan maka minat nasabah untuk melakukan pembiayaan pensiunan akan meningkat. Begitupun sebaliknya jika harga yang ditawarkan tinggi minat nasabah akan menurun.

6. Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam memaparkan variabel dependen. Koefisien determinasi atau nilai kuadrat AdjustR :

Tabel 3.15
Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.917 ^a	.842	.828	2.025

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas_Pelayanan, Promosi

b. Dependent Variable: Minat_Nasabah

Sumber: Data diolah SPSS 21

Berdasarkan tabel tersebut, dengan $\text{adjust}R^2$ senilai 0,828, yang memiliki arti bahwa promosi, kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap minat nasabah 82,8%, sedangkan sisanya 17,2% (100%-82,8%) dipengaruhi variabel lainya serta tak dipaparkan di penelitian ini.

D. Pembahasan

Berdasar mengenai promosi, kualitas pelayanan dan harga terhadap minat nasabah pembiayaan pensiun di Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Analisis Variabel Independent Terhadap Dependent Secara Parsial

a. Variabel Pengaruh Promosi Terhadap Minat Nasabah

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan menyatakan bahwa promosi berpengaruh signifikan terhadap minat pensiunan di Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung. Perihal tersebut diperoleh perbandingan yaitu $t_{\text{hitung}} 3,218$ dengan hasil signifikasi 0,003 dengan t_{tabel} senilai 1,688. Sebab t_{hitung} lebih banyak dibanding t_{tabel} ($t_{\text{hitung}} 3,218 > t_{\text{tabel}} 1,688$) sedangkan signifikasi $0,003 < 0,05$, jadi bisa ditarik kesimpulan H_a diterima sedangkan H_o ditolak. Artinya, promosi tersebut berpengaruh terhadap minat nasabah untuk melakukan pembiayaan pensiunan di Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung, atau dengan kata lain, saat promosi yang dilaksanakan oleh pihak bank dapat tersampaikan dengan baik dan jelas kepada

masyarakat, maka minat nasabah melakukan pembiayaan di Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung juga semakin meningkat.

Promosi merupakan sebuah sarana yang cocok untuk memikat serta menstabilkan nasabah. Promosi yang dilakukan Bank Syariah KCP Jember Balung dalam menarik nasabah menggunakan bahasa yang efektif padat dan jelas dalam memperkenalkan produk pembiayaan pensiunan ke nasabah sesuai dengan produk yang ditawarkan. Metode promosi yang dilaksanakan Bank Syariah KCP Jember Balung juga dilakukan melalui periklanan, sosial media, media cetak serta *personal selling* atau terjun langsung ke masyarakat memperkenalkan produk pembiayaan pensiunan dan bentuk promosi lainnya sehingga memberi pemberitahuan yang diinginkan dan dibutuhkan oleh nasabah. Pernyataan tersebut bisa ditarik kesimpulan makin bagus dan menarik promosi yang dilaksanakan bank, jadi semakin meningkat minat nasabah pada bank atau perusahaan itu.

b. Variabel Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah

Berdasar analisa data yang telah didapat, memaparkan kualitas pelayanan berpengaruh tapi tidak signifikan. Hal ini diperoleh perbandingan yaitu $t_{hitung} -1,504$ dengan tingkat signifikansi 0,141 dengan t_{tabel} senilai 1,688. Sebab t_{hitung} lebih kecil dibanding t_{tabel} ($t_{hitung} -1,504 < t_{tabel} 1,688$) tingkat signifikansi 0,141 > 0.05, jadi bisa

ditarik simpulan H_a ditolak sedangkan H_o diterima. digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang dibangun melalui *Tangibles, reliability, assurance, empathy* dan *responsiveness*. Masih ada yang belum memuaskan nasabah, karena observasi yang dilakukan oleh peneliti bahwa kualitas pelayanan pada Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung salah satu indikator kualitas pelayanan belum terpenuhi yaitu *Tangible* (kenyataan). Dan nasabah lebih tertarik dengan harga yang diberikan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung karena margin yang lebih kecil. Inilah yang menjadi kondisi kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara parsial terhadap minat nasabah.¹³⁸

Kualitas bisa dibilang bagus jika pelayanan jasa memberikan pelayanan yang memenuhi keinginan pelanggan. Oleh karena itu, untuk mencapai kegembiraan nasabah diperlukan keseimbangan antara kebutuhan, keinginan yang telah diberi. Jika sesuatu diterima maupun diakui sepadan atas pelayanan yang diinginkan, jadi kualitas layanan yang diperoleh melebihi keinginan nasabah dan kualitas layanan dianggap kualitas ideal. Jika kinerja yang diperoleh rendah dari keinginan, jadi kualitas pelayanan dianggap tidak tepat. Dengan demikian, baik tidaknya kualitas pelayanan tergantung pelayanan dalam memenuhi harapan konsumen.¹³⁹

¹³⁸ Hasil Observasi, Jember, 31 Maret 2022

¹³⁹ Meithina Indrasari, *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan* (Jawa Timur: Unitomo Press, 2019), 62.

c. Variabel Pengaruh Harga Terhadap Minat Nasabah

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan menyatakan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah pensiunan di Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung. Hal ini diperoleh perbandingan yaitu t_{hitung} 5,572 hasil signifikasi 0,000 dengan t_{tabel} senilai 1,688. Sebab t_{hitung} lebih besar dibanding t_{tabel} (t_{hitung} 5,572 > t_{tabel} 1,688) dengan signifikasi $0 < 0.05$, jadi bisa ditarik kesimpulan H_a diterima serta H_o ditolak.

Harga yakni nilai sebuah barang maupun jasa yang diukur dengan jumlah uang yang dibayarkan pembeli supaya mendapat sebuah kombinasi serta barang maupun jasa atas pelayanannya. Harga sangat mempengaruhi posisi serta kinerja keuangan dan juga mempengaruhi pada pola pikir pembeli dan penentuan brand.¹⁴⁰

Perihal tersebut menjelaskan bahwa semakin sedikit margin yang diperoleh nasabah sesudah melaksanakan pembiayaan pensiunan di Bank Syariah KCP Jember Balung jadi akan makin banyak nasabah yang memutuskan menggunakan jasa pembiayaan pensiunan di BSI dan demikian pula sebaliknya. Perihal ini yang menjadi pertimbangan saat ingin melakukan pembiayaan pensiunan di BSI. Harga yang rendah bisa menstimulasi minat nasabah menggunakan jasa pembiayaan pensiun. Nasabah akan senang jika nilai yang dihasilkan produk bisa memenuhi kebutuhan.

digilib.uinkhas.ac.id uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

¹⁴⁰ Meithina Indrasari, *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan* (Jawa Timur: Unitomo Press, 2019), 36.

2. Analisis Variabel Independent Terhadap Dependent Secara Simultan

Berdasarkan hasil uji F yakni promosi, kualitas pelayanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah, Hal ini diperoleh perbandingan yaitu $F_{hitung} = 63,765$ dengan signifikansi 0,000 dengan t_{tabel} senilai 2,86. Karena F_{hitung} lebih besar dibanding F_{tabel} ($F_{hitung} = 63,765 > F_{tabel} = 2,86$) sedangkan signifikansi $0,000 < 0,05$, jadi bisa ditarik kesimpulan H_a diterima sedangkan H_o ditolak, yang berarti secara bersama semua variabel independen berpengaruh secara simultan terhadap minat nasabah.

Minat adalah salah satu aspek psikologis yang memiliki pengaruh cukup besar terhadap perilaku dan minat merupakan sumber motivasi yang akan mengarahkan seseorang dalam melakukan apa yang mereka lakukan.¹⁴¹

Pensiunan yang menggunakan produk pembiayaan pensiun Bank Syariah KCP Jember Balung merasa senang disebabkan faktor-faktor yang mampu mendorong munculnya minat nasabah pembiayaan pensiunan. Beberapa hal atau faktor-faktor fundamental yang mampu mendorong minat nasabah adalah promosi, karena jika promosi yang dilakukan Bank Syariah KCP Jember Balung cukup luas, maka pengetahuan yang dimiliki oleh masyarakat tentang pembiayaan pensiunan lebih luas dan mengerti tentang manfaatnya jadi akan mempengaruhi pada minat pensiunan Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung. Disisi lain minat nasabah bisa dipengaruhi atas faktor lain yaitu kualitas pelayanan. Jika kualitas

¹⁴¹ Umar Husein, *Manajemen Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen* (Jakarta:PT Gramedia Pustaka), 45.

pelayanan yang diberikan Bank Syariah KCP Jember Balung memiliki kualitas pelayanan yang baik tepat dan akurat dibandingkan oleh bank-bank lain maka juga akan mempengaruhi minat nasabah terhadap pembiayaan pensiunan itu sendiri.

Selain faktor promosi serta kualitas pelayanan menjadi faktor yang mempengaruhi terhadap minat nasabah tertarik sehingga ingin menggunakan produk pembiayaan pensiunan Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung. Faktor harga juga berpengaruh terhadap minat nasabah bahwa setiap nasabah dalam menggunakan jasa pembiayaan pensiunan perlu mempertimbangkan harga yang sesuai dengan nilai kebutuhannya sebelum melakukan pembiayaan pensiunan, ketetapan harga dari Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung terjangkau atau margin yang lebih kecil dan pihak Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung bersedia memberitahu dan memberi penjelasan rincian angsuran pembiayaan pensiun yang wajib dibayar nasabah. Keterbukaan untuk memberitahu rincian angsuran pembiayaan pada nasabah penting sekali. Adanya keterbukaan serta pemberitahuan itu bisa mempengaruhi minat nasabah semakin meningkat.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian serta pembahasan mengenai pengaruh promosi, kualitas pelayanan dan harga terhadap minat nasabah pembiayaan pensiunan Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung, jadi kesimpulan yang diambil dari temuan tersebut yakni:

1. Pengaruh Variabel Independent Secara Parsial Terhadap Variabel Dependent:
 - a. Variabel Promosi (X1) Berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah pembiayaan pensiunan Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung.
 - b. Variabel Kualitas Pelayanan (X2) Berpengaruh tapi tidak signifikan terhadap minat nasabah pembiayaan pensiun Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung.
 - c. Variabel Harga (X3) Berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah pembiayaan pensiunan Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung.
2. Pengaruh Variabel Independent secara simultan Terhadap Variabel Dependent:

Hasil uji simultan bisa disimpulkan variabel promosi (X1), variabel kualitas pelayanan (X2) serta variabel harga (X3) berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan pembiayaan pensiunan di Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung.

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

B. Saran.

Hal ini didasarkan pada hasil dan kesimpulan. Ada beberapa masukan agar bisa bermanfaat dimasa yang akan datang dan bisa berfaidah untuk anggota yang terlibat. Yakni :

1. Untuk peneliti berikutnya, yang berkeinginan meningkatkan minat nasabah pembiayaan pensiunan jadi dianjurkan agar bisa menggunakan variabel lebih varian lagi seperti pendapatan,tempat, proses administrasi pembiayaan pensiunan.
2. Bagi Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung diharapkan dapat meningkatkan promosi dan sosialisasi pembiayaan pensiunan agar masyarakat mengetahui produk pembiayaan pensiunan, dan dapat memberi kualitas layanan yang paling baik supaya tetap setia memakai produk pembiayaan pensiunan dan bisa menambah fasilitas gedung, supaya nasabah pembiayaan pensiunan puas atas fasilitas Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung. Serta bisa mempertahankan harga atau *margin* yang tidak memberatkan nasabah dari segi biaya administratif maupun biaya-biaya lainnya.
3. Untuk Akademis, bisa dijadikan untuk referensi bagi perpustakaan universitas. Periode penelitian ini dapat diperlama agar bisa menjelaskan fenomena secara detail yang terjadi dan bisa menjelaskan hasil yang didapat secara jelas.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Rauf et all. 2021. *Digital Marketing: Konsep dan strategi*. Cirebon: Insania.
- Andrianto dan Firmansyah, Anang. 2019. *Manajemen Bank Syariah (Implentasi Teori dan Praktek)*. Surabaya:CV. Penerbit Qiara media.
- Andrianto, Fatihuddin, Didin, Firmansyah, Anang. 2019. *Manajemen Bank*. CV. Penerbit Qiara Media.
- Annual Report Bank Syariah Mandiri, (diakses 15 Maret 2022).
- Anwar, Ali. 2009. *Statistika Untuk Penelitian Pendidikan*. Kediri: IAIN Press.
- Anzal. 2021. “Pengaruh Promosi Dan Pembiayaan Rahn Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Jasa PT. Pegadaian Cabang Syariah Luwu”. Skripsi, Institut Agama Islam Negeri, Palopo.
- Apriliani, Nunung Dini et all. 2019. *Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Minat Nasabah Memilih Produk Tabungan Ib Baitullah Hasannah Pada Bank BNI Syariah Cabang Palu*. Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah Vol 1, No 2.
- Arifin, Ihwan.2018. “ *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, Dan Harga Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Wadiah Pasar Pada PT. BPRS Safir Kota Bengkulu*”. Skripsi, Universitas Islam Negeri Intan, Lampung.
- Ashari, Permata Shanti Nurmah. 2018. “ *Pengaruh Lokasi, Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Pembiayaan Gadaai Emas Syariah Pada Bank Syariah Mandiri KC Pakembang Pasar 16 Ilir*”. Skripsi Universitas Islam Negeri Raden Fatah (UIN) Palembang.
- Asiah, Nur. 2019. “*Analisis Pengaruh Promosi Terhadap Minat Nasabah Untuk Menabung di BMT AL-Fadhilah*”. Skripsi, Universitas Islam Negeri Lampung.
- Ayodya, Wulan. 2020. *UMKM 4.0 Strategi UMKM Memasuki Era Digital*. Jakarta: PT Gramedia.
- Dahlan, Ahmad. 2012. *Bank Syariah Teoritik, Praktik, Kritik*. Yogyakarta: Teras.
- Darma,Darma. *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji f, R2*. Jakarta:Guepedia.
- Dewi, Silfana. 2018. “*Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah KPR IB Griya pada PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan*”. Skripsi, IAIN Padangsidempuan.

- Dokumentasi, Visi dan Misi Bank Syariah Indonesia, Jember, 31 Maret 2022.
- Dinas Pendidikan Nasional, 2009. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: PN. Balai Pustaka, 2003.
- Duli, Nikolaus. 2019. *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data Dengan SPSS*. Yogyakarta: Depublish.
- Effasa, Ahmad Saifurriza dan Suyono, Khoirini Lutfia. 2019. "Pengaruh Pribadi Sosial, dan Budaya Terhadap Keputusan Memilih Pembiayaan Pensiun Pada Bank Syariah Mandiri Kc Sumberrejo-Bojonegoro". Jurnal, Gema Ekonomi Fakultas Ekonomi Vol 8 No 2 Desember.
- Embong, Ferayanti, Rahimah, Hanif Md Lateh. 2019. *Analisis Pemikiran KH. Fahmi Basya Tentang Matematika Islam*. Islam Universalia International Journal of Islamic Studies And Social Sciencess, Vol 1 Mei.
- Fatihuddin, Didin dan Firmansyah, Anang. 2019. *Pemasaran Jasa Strategi, Mengukur Kepuasan, dan Loyalitas Pelanggan*. Yogyakarta: Depublish.
- Fitri, Nur. 2018. "Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Pembiayaan Pensiun di Bank Syariah Mandiri (Studi Kasus: Bank Syariah Mandiri Bekasi)". (Skripsi, UIN Raden Fatah, Palembang.
- Fitriana, Ony dan Utami, Novelia. 2017. *Buku ajar Strategi Promosi Pemasaran*. Jakarta: FKIP Uhamka.
- Ghazali, Imam. 2001. *Aplikasi Analisis Multivarite Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, Cakti Indra. 2017. *Strategi Model Perbankan Syariah Menghadapi Persaingan Di Era Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA)*. Malang: CV. IRDH.
- Hadi Ismanto et all. 2019. *Perbankan dan Literasi Keuangan*. Yogyakarta: Depublish.
- <https://devel01.syariahamandiri.co.id/tentang-kami/sejarah> (diakses senin, 24 Januari 2022).
- <https://ir.bankbsi.co.id> (Diakses Senin 24 Januari 2022).
- <https://www.bankbsi.co.id/produk&layanan/tipe/individu>.
- Husein, Umar. *Manajemen Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka.

- IBI-LSPP. 2015. *Strategi Bisnis Bank Syariah*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ibrahim, Muh. Nur Eli. 2021. *Produk Kreatif Dan Kewirausahaan Akuntansi Dan Keuangan Lembaga*. Yogyakarta: Anggota IKAPI.
- Indonesia, Ikatan Bankir. 2013. *Memahami Bisnis Bank*. Jakarta:LSPP.
- Indrasari, Meitihina. 2019. *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan* . Jawa Timur: Unitomo Press.
- Jaya, I Made Laut Mertha. 2020. *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif* . Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia.
- Kambolong, Makmur, 2021. *Metode Riset dan Analisis Saluran Distribusi*. Pasuruan: IKAPI.
- Kasmir. 2012. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kloter, Philip Kloter dan Armstrong, Gary. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kurniawan, Agung Widhi dan Puspaningtyas, Zarah. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Pandiva Buku.
- Laksana, Fajar. 2008. *Manajemen Pemasaran, Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Latan, Hengky. 2013. *Analisis Multivariate: Teknik dan Aplikasi*. Bandung: Alfabeta.
- Malau, Harman. 2018. *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Bandung: Alfabeta.
- Manap, Abdul. 2016. *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Mintolalu, Fandi Sam, Mananeke, Lisbeth, Oroh, Sem George. 2015. “*Pengaruh Kualitas Layanan, Promosi, dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah pada PT. Pegadaian Cabang Manado Timur*”. Jurnal LPMM Bidang EkoSosBudKum, Vol 2, No 1.
- Mudir. 2014. *Statistika Pendidikan*. Jember: Stain Jember-Press.
- Nafis, Abdul Wadud. 2013. *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*. Lumajang: Cendekia Publishing.
- Nasution, Muhammad Lathief Ilhamy. 2018. *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*. Sumatera Utara: Febi Uin-Su Press.

- Nilasari, Irma dan Wiludjeng, Sri. 2006. Pengantar Bisnis. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Novita, Dede. 2020. “*Pengaruh Bagi Hasil, Pelayanan Dan Promosi Terhadap Simpanan Deposito Mudharabah pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kc PadangSidempuan*”. Skripsi, Institut Agama Islam, Negeri.
- Numasrina dan Adiyes Putra. 2018. *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*. Pekanbaru:Cahaya Firdaus.
- Observasi Letak Geografis, Data ini di ambil di Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung, 31 Maret 2022.
- Oentoro, Deliyanti. 2012. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: LakBang PRES Sindo.
- Pratma, Aditya Niko. 2018. “*Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Menggunakan Pembiayaan Pensiunan (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri KCP Teluk Betung)*”. Skripsi Universitas Islam Negeri Raden Intan, Lampung.
- Priyatama, Surya Eka. 2020. *Analisis Statistik Sosial Rangkaian Penelitian Kuantitatif Menggunakan SPSS*. Yayasan Kita Menulis.
- Rahardjo, Mugi. 2009. *Pemasaran Lembaga Keuangan/Perbankan*. Surakarta: LPP UNS dan UNS Press.
- Rahman, Leo. 2019. “*Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Masyarakat Untuk Menggunakan Pembiayaan Dana Pensiun Pada Bank Syariah Mandiri KCP Medan Petisah*”. Skripsi, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- Ramadhani, Harish Muhammad Dkk. 2021. “*Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Promosi, Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank*”. Jurnal, Universitas Pembangunan Nasional Veteran, Jakarta, Vol 2.
- Rasyd, Satrio Hanif Al. 2022. “*Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Produk Gadai (Ar-Rhan) (Studi Pada PT. Pegadaian Cabang Pembantu Syariah Kepandean)*”. Skripsi, UIN SMH Banten.
- Reksoprayitno. 2004.*Sistem Ekonomi dan Demokrasi Ekonomi*. Jakarta: Bina Grafika.
- Ritonga, Husni Muharram et all. 2012. *Manajemen Pemasaran Konsep Dan Strategi*. Medan.

- Safitasari, Cici dan Maftukhah, Ida. 2017. “*Pengaruh Kualitas Layanan, Promosi dan Citra Destinasi Terhadap Kepuasan Melalui Keputusan Pengunjung*”. *Management Analysis Journal*, Vol 3, September.
- Salmiah et all. 2020. *Online Marketing*. Yayasan kita menulis.
- Shaleh, Abdul Rahmad dan Wahab, Muhib Abdul. 2004. *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Prespektif Islam*. Jakarta: Prenada Media.
- Siyoto, Sandu, dan Sodik, Ali. 2015. *Dasar Metodologi Penelitian* . Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian kuantitatif dan kualitatif dan R&D*. Bandung:Alfabeta.
- Sugiyono. 2021. *Penelitian Administratif*. Bandung: Alfabeta.
- Suliyanto. 2011. *Ekonometrika Terapan,Teori dan Aplikasi Dengan SPSS*. Yogyakarta.
- Susanti, Febri dan Martha, Amalia. 2020. “*Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Pembiayaan Pensiun Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Padang Ulak Karang*”. *Jurnal Pundi*, Vol. 04, No. 01, Maret.
- Suwarjeni, V. Wiratna. 2015. *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta:Pustaka Baru Press.
- Suwarjeni, V. Wiratna. 2015. *SPSS Untuk Penelitian*. Yogyakarta:Pustaka Baru Press.
- Suwarjeni, V. Wiratna. 2016. *Kupas Tuntas Penelitian Dengan SPSS*. Yogyakarta:Pustaka Baru Press Yogyakarta.
- Tabel Angsuran Bank, (diakses 06 Oktober 2021).
- Tabel Pembiayaan Pensiunan Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung.
- Tim Revisi Buku Pedoman Penulisan Karya Ilmiah IAIN Jember. 2018. *Pedoman Penelitian Karya Tulis Ilmiah*. Jember:IAIN Jember Press.
- Trihastuti, Aselina Endang. 2021. *Etika Bisnis Islam*. Yogyakarta: Depublish.
- Wahab, Wirdayani. 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Industri Perbankan Syariah Di Kota Pekanbaru*. *Jurnal Kajian Ekonomi Islam* Vol 2, No 1.

- Wahyudi, Muhammad. 2021. “Pengaruh Pelayanan dan Produk Perbankan Syariah Terhadap Loyalitas Nasabah Dalam Mengambil Pendanaan dan Pembiayaan Di Bank Syariah Mandiri Kcp Kaliurang”. Skripsi, Universitas Islam Indonesia , Yogyakarta.
- Wekke, Ismail Suardi. 2021. *Metode Penelitian Pendidikan Agama Islam Kepemimpinan Transformatif*. Yogyakarta: Bintang Pusataka Mandiri.
- Yusup, Febrianawati. 2018. ‘Uji Validitas Dan Reabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif’, (*Jurnal Tarbiyah: Jurnal Ilmiah Kependidikan*. Vol. 7 No 1, Juli.



PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nam : Elva Muyassaroh

NIM : E20181089

Prodi/Jurusan : Perbankan Syariah/Ekonomi Islam

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Institusi : Universitas Islam Negeri KH Achmad Siddiq Jember

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul: "**Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Minat Nasabah Pembiayaan Pensiunan di Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung**". Bukan merupakan hasil plagiat dan atau tidak mengandung unsur plagiat (*Plagiasi*).

Demikian surat ini saya buat dengan sebenarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya

Jember, 05 Juli 2022

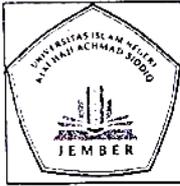
Saya yang menyatakan,



Elva Muyassaroh
NIM. E20181089

Matrik Penelitian

Judul	Variabel	Indikator	Sumber Data	Metode penelitian	Rumusan Masalah	Hipotesis
Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Minat Nasabah Pembiayaan Pensiunan Di Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung.	1. X1: Promosi	a. Periklanan b. Penjualan Personal c. Publisitas d. <i>Word Of Mouth</i>	1. Nasabah Pembiayaan Pensiunan Di Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung	1. Pendekatan Penelitian : Pendekatan Kuantitatif	1. Apakah promosi, kualitas Pelayanan, dan harga berpengaruh secara parsial terhadap minat nasabah pembiayaan pensiun di bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung?	Ha: Pengaruh promosi, kualitas pelayanan, dan harga secara parsial berpengaruh terhadap minat nasabah pembiayaan pensiun
	2. X2: Kualitas Pelayanan	a. Jaminan b. Keandalan c. Kenyataan d. Empati e. Ketanggapan	2. Koordinator Marketing Pembiayaan Pensiun Bank BSI Kcp Jember Balung	2. Jenis Penelitian : Penelitian Lapangan 3. Teknik Pengumpulan Data: a. Angket b. Observasi c. Dokumentasi	2. Apakah pengaruh promosi, kualitas pelayanan, kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap minat nasabah pembiayaan pensiun di Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung?	Ho: Pengaruh promosi, kualitas pelayanan, dan harga secara simultan berpengaruh terhadap minat nasabah pembiayaan pensiun
	3. X3: Harga	a. Kesesuaian harga dengan kualitas produk b. Kesesuaian harga dengan manfaat c. Keterjangkauan harga d. Daya saing harga	3. <i>Sales Force</i> Pembiayaan Pensiunan BSI KCP Jember Balung	4. Metode Analisis Data: a. Uji Validitas b. Uji Reliabilitas c. Uji Asumsi Klasik d. Analisis Regresi Linear e. Uji Hipotesis		
	4. Y: Minat Nasabah	a. Minat Transaksional b. Minat Refresional c. Minat Preferensi d. Minat Eksploratif				



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

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

Nomor : B-707 /UIN.2017.a/PP.00.9/12/2021 03 Desember 2021
Sifat : Biasa
Lampiran : -
Hal : **Permohonan Ijin Penelitian**

Yth Pimpinan BSI KCP Jember Balung
Jl. Rambipuji No. 78 Dusun Kebonsari Kec. Balung Kab Jember.

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

Nama : Elva Muyassaroh
NIM : E20181089
Semester : VII (Tujuh)
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Prodi : Perbankan Syariah

Untuk mengadakan Penelitian/Riset mengenai **“Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Minat Nasabah Pembiayaan Pensiunan di Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung”** di lingkungan lembaga wewenang Bapak/Ibu.

Demikian atas perkenan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

Wakil Dekan I Bidang Akademik,

Nurul Widyawati Islami Rahayu



Jember, 03 Juni 2022

No :

Kepada
Bpk/Ibu. Pimpinan

UIN Khas Jember

Jl. Mataram No. 1

Mangli-Jember

BSI BANK SYARIAH
INDONESIA

PT Bank Syariah
Indonesia Tbk.
Kantor Cabang Jember
Balung
Jl. Rembigi No.78
Desun Kertosari Kec.
Balung Kab. Jember
68181, Jawa Timur
Telp (0336) 621717
www.bankbsi.co.id

Perihal : Surat Keterangan Selesai Penelitian

Assalamualaikum Wr.Wb

Semoga Bapak/Ibu Pimpinan Kampus UIN Khas Jember beserta staff senantiasa dalam keadaan sehat wal'afiat dan mendapat taufik serta hidayah dari Allah SWT.

Menunjuk perihal di atas dengan ini PT Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung menerangkan bahwa mahasiswi dengan data sebagai berikut:

Nama : Elva Muyassaroh

NIM : E20181089

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Prodi : Perbankan Syariah

Universitas : Universitas Islam Negeri KH Achmad Siddiq Jember

Telah menyelesaikan penelitiannya di Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung dengan judul skripsi "**Pengaruh Promosi, Kualitas pelayanan dan Harga Terhadap Minat Nasabah Pembiayaan Pensiunan di Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung**"

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana semestinya.

Wassalamualaikum Wr.Wb

PT BANK SYARIAH INDONESIA

KCP JEMBER BALUNG

BSI BANK SYARIAH
INDONESIA
KCP Jember Balung

ARLEM

(Tanda tangan dan Nama terang)

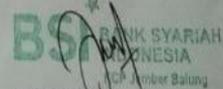
Jurnal Penelitian

No	Tanggal	Uraian Kegiatan	TTD
1	03 Desember 2021	Pengajuan Proposal Penelitian dan Penyerahan Surat Izin Penelitian	
2	10 Januari 2022	Penerimaan Izin Penelitian	
3	17 Januari 2022	Wawancara dengan Bapak Agung selaku Koordinator Marketing Pembiayaan Pensiunan	
4	26 Januari 2022	Buat Janji dengan Bapak Agung selaku Koordinator Marketing Pembiayaan Pensiunan dan Sekaligus Wawancara dengan dengan Bapak Arifin selaku Operational Staff	
5	03 Februari 2022	Penyebaran Angket ke Nasabah dan Dokumetasi	
6	08 Februari 2022	Penyebaran Ulang Angket ke Nasabah dan Dokumentasi	
7	31 Maret 2022	Observasi Letak Geografis, Visi Misi Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung	
7		Meminta Surat Keterangan Selesai Penelitian	

Jember, 03 Juni 2022

PT. Bank Syariah Indonesia

KCP Jember Balung


BANK SYARIAH
INDONESIA
KCP Jember Balung

ARIFIN

(Tanda tangan dan Nama terang)

KUESIONER

Kepada Yth :

Bapak/Ibu/Sdr/i

Di tempat

Saya Elva Muyassaroh (E20181089) mahasiswa Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember program studi Perbankan Syariah. Saya meminta kesediaan Bapak/Ibu/Sdr/i untuk menjawab pertanyaan maupun pernyataan pada lembar kuesioner mengenai “ PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP MINAT NASABAH PEMBIAYAAN PENSIUNAN DI BANK SYARIAH INDONESIA KCP JEMBER BALUNG” Atas waktu dan kesediaan Bapak/Ibu/Sdr/i dalam mengisi kuesioner, saya mengucapkan terimakasih.

Identitas Responden

Mohon kesediaan Bapak/Ibu/Sdr/i mengisi dan memberikan tanda *check list* (✓) pada pertanyaan berikut:

Nama :

Umur :

Jenis Kelamin : Laki Laki

Perempuan

Pekerjaan : PNS

BUMD

BUMD

TNI/POLRI

LAIN-LAIN

Pendidikan Terakhir: Diploma

S1

S2

S3

Petunjuk Pengisian

Mohon Bapak/Ibu/Sdr/i memberikan tanda *check list* (✓) pada salah satu jawaban yang sesuai dengan pendapat dari Bapak/Ibu/Sdr/i. Setiap orang dapat mempunyai jawaban yang berbeda dan tidak ada jawaban yang dianggap salah.

Keterangan jawaban:

1. SS: Sangat Setuju

2. S : Setuju

3. N: Netral

4. TS : Tidak Setuju

5. STS: Sangat Tidak Setuju

Promosi (X)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya mengetahui dan tertarik memilih produk pembiayaan pensiunan di Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung melalui iklan di media cetak atau media elektronik.					
2	Saya tertarik memilih produk pembiayaan pensiunan di Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung karena pemberian hadiah yang diberikan bank kepada nasabah.					
3	Saya mengetahui informasi yang diberikan oleh pegawai Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung tentang produk pembiayaan pensiun.					
4	Saya tertarik memilih produk pembiayaan pensiunan di Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung karena publisitas yang dilakukan bank melalui kegiatan pameran lelang, bakti sosial dan kegiatan lain yang dilakukan Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung.					
5	Saya tertarik memilih produk pembiayaan pensiunan karena sering mendengar orang lain menceritakan kepuasannya setelah melakukan pembiayaan pensiunan di Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung.					

Kualitas Pelayanan (X2)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung menjalankan operasional sesuai dengan hukum prinsip prinsip syariah					
2	Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung memberikan keamanan dan menjaga kerahasiaan saat bertransaksi					

3	Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung mampu memberikan pelayanan secara tepat dan akurat.					
4	Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung memberikan fasilitas fisik seperti, ruangan yang nyaman, area parkir yang luas					
5	Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung memberikan perhatian kepada nasabah					

Harga (X3)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Harga yang ditawarkan Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung sesuai dengan kualitas produk dan pelayanan yang diberikan					
2	Harga yang ditawarkan Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung sebanding dengan manfaat yang saya rasakan					
3	Harga produk pembiayaan pensiunan bervariasi					
4	Harga yang ditawarkan Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung dapat dijangkau oleh semua nasabah					
5	Harga produk yang ditawarkan di Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung lebih rendah dibandingkan dengan yang lain.					

Minat Nasabah (Y)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya tertarik pada pembiayaan pensiunan karena dinilai sangat sesuai dengan kebutuhan dan menguntungkan					
2	Saya tertarik pada pembiayaan pensiunan karena tingkat margin yang ditetapkan standar dan tidak ada sistem riba					
3	Saya yakin pembiayaan pensiunan ini dapat membantu meningkatkan					

	usaha dan kesejahteraan saya					
4	Saya akan menggunakan kembali pembiayaan pensiunan jika saya membuuthkannya					
5	Saya sudah melakukan perbandingan mengenai produk pembiayaan sejenis namun saya tetap memilih pembiayaan pensiunan di Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung					

★ Atas kesediaan waktu dan jawabannya, saya ucapkan terima kasih ★

**DATA KUESIONER PENELITIAN NASABAH PEMBIAYAAN PENSIUNAN DI
BANK SYARIAH INDONESIA KCP JEMBER BALUNG**

Kode Responden	Jenis Kelamin	Pendidikan	Pekerjaan	Umur
1	Laki-Laki	S2	PNS	58-60 tahun
2	Laki-Laki	S1	PNS	61-65 tahun
3	Perempuan	S1	PNS	58-60 tahun
4	Laki-Laki	S1	PNS	61-65 tahun
5	Perempuan	D3	PNS	58-60 tahun
6	Laki-Laki	S1	PNS	58-60 tahun
7	Laki-Laki	S1	PNS	61-65 tahun
8	Perempuan	S1	BUMN	58-59 tahun
9	Laki-Laki	S1	PNS	58-60 tahun
10	Laki-Laki	S1	PNS	61-65 tahun
11	Laki-Laki	S2	PNS	61-65 tahun
12	Laki-Laki	S1	PNS	58-60 tahun
13	Laki-Laki	S1	PNS	61-65 tahun
14	Laki-Laki	S2	PNS	61-65 tahun
15	Perempuan	S1	BUMN	58-60 tahun

16	Laki-Laki	S1	BUMN	58-60 tahun
17	Laki-Laki	S1	PNS	58-60 tahun
18	Laki-Laki	S1	PNS	58-60 tahun
19	Perempuan	S3	PNS	61-65 tahun
20	Laki-Laki	S1	PNS	58-60 tahun
21	Laki-Laki	S2	PNS	61-65 tahun
22	Laki-Laki	S1	PNS	58-60 tahun
23	Laki-Laki	D3	PNS	61-65 tahun
24	Perempuan	D3	BUMD	61-65 tahun
25	Laki-Laki	S1	PNS	58-60 tahun
26	Laki-Laki	D3	PNS	61-65 tahun
27	Perempuan	S1	PNS	58-60 tahun
28	Perempuan	S1	PNS	61-65 tahun
29	Laki-Laki	S1	PNS	61-65 tahun
30	Perempuan	S1	BUMD	58-60 tahun
31	Laki-Laki	S1	PNS	58-60 tahun
32	Laki-Laki	S1	PNS	58-60 tahun
33	Laki-Laki	S1	PNS	58-60 tahun
34	Laki-Laki	S1	PNS	58-60 tahun
35	Laki-Laki	S1	PNS	58-60 tahun
36	Laki-Laki	S1	PNS	58-60 tahun
37	Perempuan	D3	BUMN	58-60 tahun
38	Laki-Laki	D3	PNS	58-60 tahun
39	Perempuan	D3	BUMN	61-65 tahun
40	Perempuan	D3	BUMN	61-65 tahun

LAMPIRAN

No	Promosi X1					Total X1	Kualitas Pelayanan X2					Total X2	Harga X3					Total X3	Minat Nasabah Y					Total Y
	X1 1	X1 2	X1 3	X1 4	X1 5		X2 1	X2 2	X2 3	X2 4	X2 5		X3 1	X3 2	X3 3	X3 4	X3 5		Y 1	Y 2	Y 3	Y 4	Y 5	
1	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	16
2	3	3	3	3	3	15	4	4	4	1	4	17	4	2	4	4	4	18	3	3	3	3	3	19
3	2	5	5	5	5	25	4	4	4	4	4	20	2	5	5	4	5	21	5	4	3	5	5	18
4	4	4	4	2	4	18	4	3	5	1	2	15	3	3	4	3	4	17	4	2	4	4	4	14
5	4	4	4	4	2	18	4	4	4	4	4	20	4	4	4	1	4	17	2	4	2	4	4	18
6	4	5	1	4	3	17	4	4	5	2	4	19	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
7	4	4	4	4	4	20	3	4	5	2	3	17	4	3	5	4	5	21	4	5	3	2	1	15
8	4	1	5	4	5	19	5	4	4	4	4	21	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
9	2	5	5	2	5	19	5	4	4	4	4	20	4	4	5	4	5	22	5	5	1	5	2	15
10	2	4	4	2	4	16	4	4	4	4	4	20	4	4	5	4	4	21	4	4	2	4	4	20
11	3	3	3	3	3	15	1	4	4	4	4	17	4	4	5	4	4	21	3	3	3	3	3	17
12	4	3	3	4	3	17	4	4	4	2	4	18	4	3	5	3	5	20	3	3	3	3	3	20
13	4	3	3	4	3	17	1	4	5	2	1	13	4	4	4	4	4	20	3	3	3	3	3	15
14	5	3	5	5	5	23	4	4	4	4	4	20	4	4	5	4	5	22	4	4	4	2	1	15
15	2	2	2	2	2	10	5	3	5	2	1	16	4	4	5	4	4	21	3	4	3	1	5	16
16	4	4	4	4	4	20	5	4	3	2	1	15	5	4	4	3	4	20	4	3	4	3	4	18
17	5	2	2	5	2	16	4	4	4	2	5	19	4	3	5	3	5	20	4	4	4	4	4	20
18	2	4	4	2	4	16	4	4	4	2	5	19	1	5	4	3	4	17	4	4	4	3	5	20
19	2	2	2	2	2	10	4	4	4	2	4	18	4	2	5	3	5	19	4	3	4	4	4	19
20	5	5	5	5	5	25	5	3	4	2	4	18	5	4	3	2	5	19	3	4	3	3	5	18
21	2	2	2	2	2	10	5	4	4	4	4	21	4	4	5	4	5	22	4	3	3	2	5	17
22	5	1	4	2	5	17	5	4	2	1	4	16	4	4	4	4	5	21	3	4	3	2	5	17
23	4	2	2	4	2	14	4	3	5	2	4	18	5	4	4	3	4	20	2	3	1	4	3	13

LAMPIRAN OUTPUT SPSS

A. Uji Responden Nasabah

1. Jenis Kelamin

Jenis_Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	28	70.0	70.0	70.0
	Perempuan	12	30.0	30.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

2. Usia

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	58-60	25	62.5	62.5	62.5
	61-65	15	37.5	37.5	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

3. Pekerjaan

Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	PNS	32	80.0	80.0	80.0
	BUMD	2	5.0	5.0	85.0
	BUMN	6	15.0	15.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

4. Pendidikan Terakhir

Pendidikan_Terakhir

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Diploma	9	22.5	22.5	22.5
	S1	27	67.5	67.5	90.0
	S2	4	10.0	10.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

B. UJI VALIDITAS

1. Promosi (X1)

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	Promosi
X1.1	Pearson Correlation	1	.209	.539**	.192	.329*	.672**
	Sig. (2-tailed)		.196	.000	.236	.038	.000
	N	40	40	40	40	40	40
X1.2	Pearson Correlation	.209	1	.208	.795**	.301	.719**
	Sig. (2-tailed)	.196		.199	.000	.059	.000
	N	40	40	40	40	40	40
X1.3	Pearson Correlation	.539**	.208	1	.193	.491**	.700**
	Sig. (2-tailed)	.000	.199		.233	.001	.000
	N	40	40	40	40	40	40
X1.4	Pearson Correlation	.192	.795**	.193	1	.285	.699**
	Sig. (2-tailed)	.236	.000	.233		.074	.000
	N	40	40	40	40	40	40
X1.5	Pearson Correlation	.329*	.301	.491**	.285	1	.684**
	Sig. (2-tailed)	.038	.059	.001	.074		.000
	N	40	40	40	40	40	40
Promosi	Pearson Correlation	.672**	.719**	.700**	.699**	.684**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	40	40	40	40	40	40

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

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

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

2. Kualitas Pelayanan (X2)

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	Kualitas_Pelaya nan
X2.1	Pearson Correlation	1	.285	.235	.066	.407**	.653**
	Sig. (2-tailed)		.075	.144	.684	.009	.000
	N	40	40	40	40	40	40
X2.2	Pearson Correlation	.285	1	.179	.138	.625**	.724**
	Sig. (2-tailed)	.075		.268	.397	.000	.000
	N	40	40	40	40	40	40
X2.3	Pearson Correlation	.235	.179	1	.755**	.012	.617**
	Sig. (2-tailed)	.144	.268		.000	.941	.000
	N	40	40	40	40	40	40
X2.4	Pearson Correlation	.066	.138	.755**	1	-.015	.535**
	Sig. (2-tailed)	.684	.397	.000		.927	.000
	N	40	40	40	40	40	40
X2.5	Pearson Correlation	.407**	.625**	.012	-.015	1	.678**
	Sig. (2-tailed)	.009	.000	.941	.927		.000
	N	40	40	40	40	40	40
Kualitas_Pelayanan	Pearson Correlation	.653**	.724**	.617**	.535**	.678**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	40	40	40	40	40	40

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

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

3. Harga (X3)

Correlations

	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	Harga
X3.1 Pearson Correlation	1	.217	.210	.462**	.144	.608**
X3.1 Sig. (2-tailed)		.178	.193	.003	.374	.000
X3.1 N	40	40	40	40	40	40
X3.2 Pearson Correlation	.217	1	.319*	-.047	.629**	.719**
X3.2 Sig. (2-tailed)	.178		.045	.773	.000	.000
X3.2 N	40	40	40	40	40	40
X3.3 Pearson Correlation	.210	.319*	1	.354*	.370*	.703**
X3.3 Sig. (2-tailed)	.193	.045		.025	.019	.000
X3.3 N	40	40	40	40	40	40
X3.4 Pearson Correlation	.462**	-.047	.354*	1	.000	.447**
X3.4 Sig. (2-tailed)	.003	.773	.025		1.000	.004
X3.4 N	40	40	40	40	40	40
X3.5 Pearson Correlation	.144	.629**	.370*	.000	1	.712**
X3.5 Sig. (2-tailed)	.374	.000	.019	1.000		.000
X3.5 N	40	40	40	40	40	40
Harga Pearson Correlation	.608**	.719**	.703**	.447**	.712**	1
Harga Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.004	.000	
Harga N	40	40	40	40	40	40

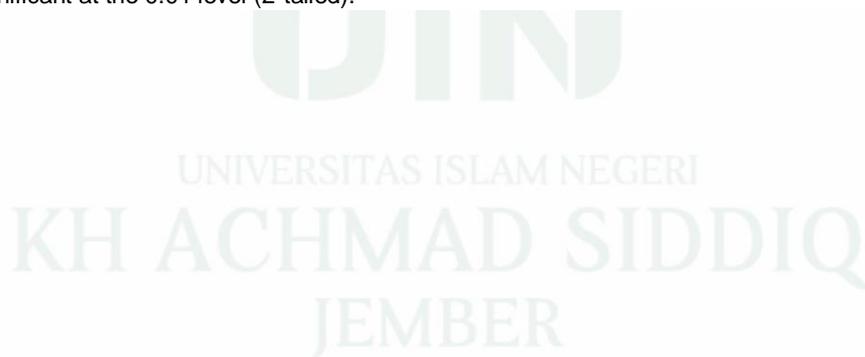
** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

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

4. Minat Nasabah (Y)

		Correlations					
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Minat_Nasabah
Y.1	Pearson Correlation	1	.520**	.462**	.779**	.412**	.801**
	Sig. (2-tailed)		.001	.003	.000	.008	.000
	N	40	40	40	40	40	40
Y.2	Pearson Correlation	.520**	1	.605**	.466**	.575**	.792**
	Sig. (2-tailed)	.001		.000	.002	.000	.000
	N	40	40	40	40	40	40
Y.3	Pearson Correlation	.462**	.605**	1	.505**	.652**	.802**
	Sig. (2-tailed)	.003	.000		.001	.000	.000
	N	40	40	40	40	40	40
Y.4	Pearson Correlation	.779**	.466**	.505**	1	.456**	.813**
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.001		.003	.000
	N	40	40	40	40	40	40
Y.5	Pearson Correlation	.412**	.575**	.652**	.456**	1	.774**
	Sig. (2-tailed)	.008	.000	.000	.003		.000
	N	40	40	40	40	40	40
Minat_Nasabah	Pearson Correlation	.801**	.792**	.802**	.813**	.774**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	40	40	40	40	40	40

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



C. UJI RELIABILITAS

1. Promosi X1

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	40	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	40	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.730	5

2. Kualitas Pelayanan

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	40	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	40	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.646	5

3. Harga

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	40	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	40	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.649	5

4. Minat Nasabah

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	40	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	40	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.855	5

D. UJI ASUMSI KLASIK

1. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		40
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.94540029
	Absolute	.120
Most Extreme Differences	Positive	.075
	Negative	-.120
Kolmogorov-Smirnov Z		.760
Asymp. Sig. (2-tailed)		.611

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

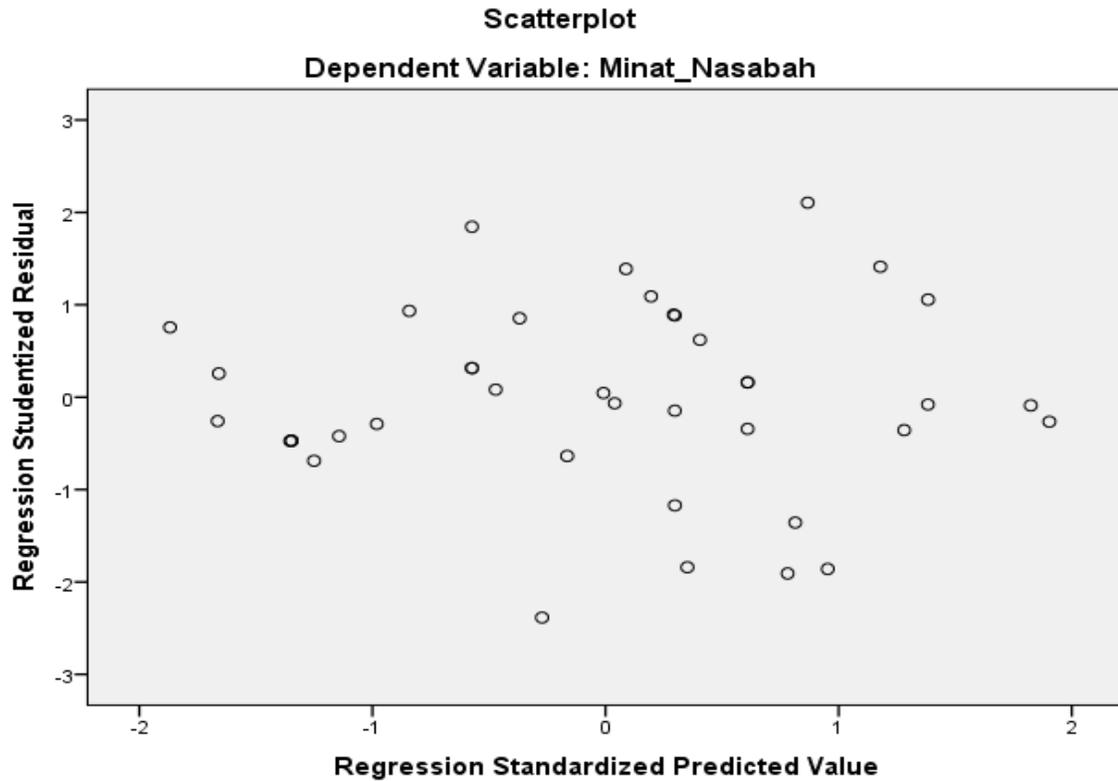
2. Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.577	.913		.633	.531	
	Promosi	.055	.087	.196	.637	.528	3.743
	Kualitas_Pelayanan	.114	.098	.336	1.161	.253	3.310
	Harga	-.103	.103	-.301	-1.003	.323	3.568

a. Dependent Variable: Abs_RES

3. Uji heteroskedastisitas



E. Uji Hipotesis

1. Uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-2.541	1.494		-1.701	.098
Promosi	.458	.142	.413	3.218	.003
Kualitas_Pelayanan	-.241	.160	-.181	-1.504	.141
Harga	.940	.169	.698	5.572	.000

a. Dependent Variable: Minat_Nasabah

2. Uji F

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	784.301	3	261.434	63.765	.000 ^b
Residual	147.599	36	4.100		
Total	931.900	39			

a. Dependent Variable: Minat_Nasabah

b. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas_Pelayanan, Promosi

F. Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
	(Constant)	-2.541	1.494		
1 Promosi	.458	.142	.413	3.218	.003
Kualitas_Pelayanan	-.241	.160	-.181	-1.504	.141
Harga	.940	.169	.698	5.572	.000

a. Dependent Variable: Minat_Nasabah

G. Uji Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.917 ^a	.842	.828	2.025

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas_Pelayanan, Promosi

b. Dependent Variable: Minat_Nasabah

Tabel r
(Pearson Product Moment)
Uji 1 sisi dan 2 sisi pada taraf signifikansi 0,05

N	1-tailed	2-tailed	N	1-tailed	2-tailed
3	0.98	0.997	46	0.246	0.291
4	0.90	0.950	47	0.243	0.288
5	0.80	0.878	48	0.240	0.285
6	0.72	0.811	49	0.238	0.282
7	0.66	0.755	50	0.235	0.279
8	0.62	0.707	51	0.233	0.276
9	0.58	0.666	52	0.231	0.273
10	0.54	0.632	53	0.228	0.270
11	0.52	0.602	54	0.226	0.268
12	0.49	0.576	55	0.224	0.265
13	0.47	0.553	56	0.222	0.263
14	0.45	0.532	57	0.220	0.261
15	0.44	0.514	58	0.218	0.258
16	0.42	0.497	59	0.216	0.256
17	0.41	0.482	60	0.214	0.254
18	0.40	0.468	61	0.213	0.252
19	0.38	0.456	62	0.211	0.250
20	0.37	0.444	63	0.209	0.248
21	0.36	0.433	64	0.207	0.246
22	0.36	0.423	65	0.206	0.244
23	0.35	0.413	66	0.204	0.242
24	0.34	0.404	67	0.203	0.240
25	0.33	0.396	68	0.201	0.239
26	0.33	0.388	69	0.200	0.237
27	0.32	0.381	70	0.198	0.235
28	0.31	0.374	71	0.197	0.233
29	0.31	0.367	72	0.195	0.232
30	0.30	0.361	73	0.194	0.230
31	0.30	0.355	74	0.193	0.229
32	0.29	0.349	75	0.191	0.227
33	0.29	0.344	76	0.190	0.226
34	0.28	0.339	77	0.189	0.224
35	0.28	0.334	78	0.188	0.223
36	0.27	0.329	79	0.186	0.221
37	0.27	0.325	80	0.185	0.220
38	0.27	0.320	81	0.184	0.219
39	0.26	0.316	82	0.183	0.217
40	0.26	0.312	83	0.182	0.216
41	0.26	0.308	84	0.181	0.215
42	0.25	0.304	85	0.180	0.213
43	0.25	0.301	86	0.179	0.212
44	0.25	0.297	87	0.178	0.211
45	0.24	0.294	88	0.176	0.210

Tabel t
(Pada taraf signifikansi 0,05) 1 sisi (0,05) dan 2 sisi (0,025)

Df	Sinifikansi		Df	Siknifikansi	
	0.025	0.05		0.025	0.05
1	12.706	6.314	46	2.013	1.679
2	4.303	2.920	47	2.012	1.678
3	3.182	2.353	48	2.011	1.677
4	2.776	2.132	49	2.010	1.677
5	2.571	2.015	50	2.019	1.676
6	2.147	1.943	51	2.008	1.675
7	2.365	1.8+5	52	2.007	1.675
8	2.306	1.80	53	2.006	1.674
9	2.262	1.863	54	2.005	1.674
10	2.228	1.832	55	2.004	1.673
11	2.201	1.716	56	2.003	1.673
12	2.179	1.792	57	2.002	1.672
13	2.160	1.781	58	2.002	1.672
14	2.145	1.771	59	2.001	1.671
15	2.131	1.763	60	2.000	1.671
16	2.120	1.756	61	2.000	1.670
17	2.110	1.740	62	1.999	1.660
18	2.101	1.744	63	1.998	1.669
19	2.093	1.739	64	1.998	1.669
20	2.086	1.725	65	1.997	1.669
21	2.080	1.721	66	1.997	1.668
22	2.074	1.727	67	1.996	1.668
23	2.069	1.714	68	1.995	1.668
24	2.06.	1.711	69	1.995	1.667
25	2.060	1.718	70	1.994	1.667
26	2.056	1.706	71	1.994	1.667
27	2.052	1.703	72	1.993	1.666
28	2.048	1.701	73	1.993	1.666
29	2.045	1.609	74	1.993	1.666
30	2.042	1.697	75	1.992	1.665
31	2.040	1.696	76	1.992	1.665
32	2.037	1.694	77	1.991	1.665
33	2.035	1.692	78	1.991	1.665
34	2.032	1.691	79	1.990	1.664
35	2.030	1.690	80	1.990	1.664
36	2.028	1.688	81	1.990	1.664
37	2.026	1.687	82	1.989	1.664
38	2.024	1.686	83	1.989	1.663
39	2.023	1.685	84	1.989	1.663
40	2.021	1.684	85	1.988	1.663
41	2.020	1.683	86	1.988	1.663
42	2.018	1.682	87	1.988	1.663
43	2.017	1.681	88	1.987	1.662
44	2.015	1.680	89	1.987	1.662

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

DOKUMENTASI



Meminta surat selesai izin penelitian





Penyebaran Angket Penelitian

KH. ACHMAD SIDDIQ
JEMBER



Penyebaran Angket Penelitian



Penyebaran Angket Penelitian



Penyebaran Angket Penelitian

BIODATA PENULIS



Nama : Elva Muyassaroh

Tempat, Tanggal Lahir : Jember, 26 Oktober 1999

NIM : E20181089

Universitas : Universitas Islam Negeri Kiai Achmad Siddiq Jember

Fakultas : Ekonomi Bisnis Islam

Jurusan/Prodi : Ekonomi Islam/Perbankan Syariah

: Kecamatan Wuluhan, Dusun Sambiringik, Desa Ampel Rt/Rw
003/008, Kabupaten Jember.

No. Telp : 085234872473

Email : Elvamuyassaroh@gmail.com

Latar Belakang Pendidikan

SD FULL DAY : 2006-2012

SMP Maarif 08 Kepel Ampel : 2012-2015

SMA 02 Diponegoro Wuluhan : 2015-2018

Universitas Negeri Islam Kiai Achmad Siddiq Jember : 2018-2022