

**PENGARUH FAKTOR PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN
NASABAH DALAM MENGAJUKAN PEMBIAYAAN
MUDHARABAH PADA PT. BANK SYARIAH INDONESIA
KANTOR CABANG BIMA SOETTA 1**



Oleh
TRI RAHMITASARI
NIM. 190502260

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGARI (UIN) MATARAM
MATARAM
2023**

**PENGARUH FAKTOR PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN
NASABAH DALAM MENGAJUKAN PEMBIAYAAN
MUDHARABAH PADA PT. BANK SYARIAH INDONESIA
KANTOR CABANG BIMA SOETTA 1**

Skripsi

**Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri Mataram Untuk
Melengkapi Persyaratan mencapai gelar Sarjana Ekonomi**



Oleh

TRI RAHMITASARI

NIM. 190502260

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MATARAM
MATARAM
2023**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi oleh Tri Rahmitasari, NIM. 190502260 dengan judul “Pengaruh Faktor Promosi Terhadap Keputusan Nasabah dalam Mengajukan Pembiayaan Mudharabah Pada PT. Bank Syariah Indonesia KC. Bima Soetta 1” telah memenuhi syarat dan disetujui untuk diuji.

Disetujui pada tanggal: _____

Pembimbing I



Naili Rahmawati, M.Ag.
NIP. 197909132009012008

Pembimbing II



Sabrang Gilang Gemilang, M.Acc.
NIP. 198907072019031016

Perpustakaan UIN Mataram

NOTA DINAS PEMBIMBING

Mataram, _____

Hal: **Ujian Skripsi**

Yang Terhormat

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Di Mataram

Assalamu'alaikum, Wr. Wb.

Dengan Hormat, setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi, kami berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama Mahasiswa/i : Tri rahmitasari
NIM : 190502260
Jurusan/prodi : Perbankan Syariah
Judul : Pengaruh Faktor Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Mengajukan Pembiayaan Mudharabah Pada PT. Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Bima Soetta 1.

Telah memenuhi syarat untuk diajukan dalam sidang *munaqasyah* skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Mataram. Oleh karena itu, kami berharap agar skripsi ini dapat segera di-*munaqasyah*-kan.

Wassalamu'alaikum, Wr. Wb.

Pembimbing I



Naili Rahmawati, M.Ag.
NIP: 197909132009012008

Pembimbing II



Sabrang Gilang Gemilang, M.Acc.
NIP: 198907072019031016

PENGESAHAN

Skripsi oleh Tri Rahmitasari, NIM: 190502260 dengan judul “ Pengaruh Faktor Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Mengajukan Pembiayaan Mudharabah pada PT. Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Bima Soekarno Hatta 1”, telah dipertahankan di depan dewan penguji Jurusan Perbankan Syariah Fakkultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Mataram Pada tanggal _____

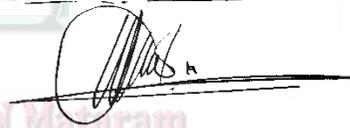
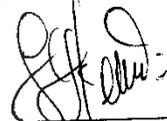
DEWAN PENGUJI

Naili Rahmawati, M.Ag
(Ketua Sidang/Pemb. I)

Sabrang Gilang Gemilang, M.Acc
(Sekertaris Sidang/Pemb. II)

Syukriati, S. Pd., M. Hum.
(Penguji I)

Wahyu Khalik, SST. Par., M. Par.
(Penguji II)



Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Riduan Mas'ud, M. Ag.
NIP. 197111102002121001

MOTTO

“Dilarang menyerah sebelum membahagiakan kedua orang tua”.

“Orang lain nggak akan bisa paham *struggle* dan masa sulit kita yang mereka ingin tahu hanya bagian *success stories*. Berjuanglah untuk diri sendiri walaupun nggak ada yang tepuk tangan. Kelak diri kita di masa depan akan sangat bangga dengan apa yang kita perjuangkan hari ini, tetap berjuang”.

“Tidak ada kesuksesan tanpa kerja keras. Tidak ada keberhasilan tanpa kebersamaan dan tidak ada kemudahan tanpa doa”

(Ridwan Kamil)

“

Perpustakaan UIN Mataram

PERSEMBAHAN

“Skripsi ini saya persembahkan untuk kedua orang tua tercinta Bapakku Dahlan dan Ibuku Rahmi, abangku Ade Irawan, adikku Asty Agustus, keluarga besarku dari Bapak ataupun Ibu, sahabat-sahabatku, Almamaterku, serta semua Guru dan Dosenku .”



Perpustakaan UIN Mataram

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT. Tuhan semesta alam, Rahmat, Hidayah, dan Taufik-Nya. Penulis memiliki kekuatan dan kesabaran untuk menyelesaikan skripsi ini meskipun penulis mengakui bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna. Shalawat dan salam semoga tetap dilimpahkan kepada Rasulullah SAW. Keluarga, para sahabat dan penganut ajarannya.

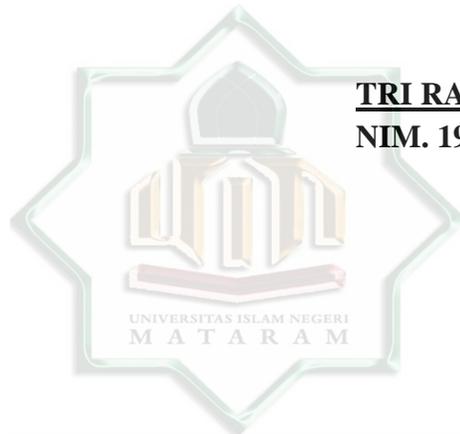
Skripsi ini penulis susun merupakan syarat akhir studi untuk mendapatkan gelas Sarjana Ekonomi (S.E.) di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Jurusan Perbankan Syariah (PS) Universitas Islam Negeri Mataram.

Selama proses penulisan skripsi ini, penulis sangat menyadari bahwa dalam proses tersebut tidaklah lepas dari segala bantuan, bimbingan dan motivasi dari berbagai pihak. Oleh karenanya memulai kesempatan ini, penulis mengucapkan terimakasih yang sebanyak-banyaknya kepada:

1. Naili Rahmawati, M.Ag. Selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak meluangkan waktunya dalam memberikan bimbingan dan motivasi dalam penyusunan tugas akhir ini.
2. Sabrang Gilang Gemilang, M.Acc. Sebagai Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktunya dalam memberikan bimbingan dan motivasi dalam penyusunan tugas akhir ini.
3. Lalu Suprawan, M.E.I. Selaku Dosen Wali kelas F Perbankan Syariah yang selalu mendidik dan membimbing kami selama melakukan studi di Universitas Islam Negara Mataram.
4. Dr. Sanurdi, M. SI. Selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah.
5. Dr. Riduan Mas'ud, M. Ag. Sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
6. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Islam Negeri Mataram.
7. Kepada pihak Bank Syariah Indonesia KC Bima Soetta 1, penulis mengucapkan banyak terimah kasih telah mengizinkan penulis dalam melakukan penelitian di tempatnya.

8. Kedua orang tua saya dan abangku yang selalu memberikan doa, dukungan serta memberikan nasehat sehingga saya bisa menyelesaikan tugas akhir kuliah ini
9. Almamater Universitas Islam Negeri Mataram.
Semoga amal kebaikan dari berbagai pihak mendapatkan pahala yang berlipat ganda dari Allah SWT, dan semoga karya ilmiah ini bisa bermanfaat bagi semua penulis selanjutnya.

Mataram, Maret 2023
Peneliti



TRI RAHMITASARI
NIM. 190502260

Perpustakaan UIN Mataram

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN LOGO	iii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iv
NOTA DINAS PEMBIMBING	v
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	vi
PENGESAHAN DEWAN PENGUJI	vii
HALAMAN MOTTO.....	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
ABSTRAK.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan dan Batasan Masalah.....	5
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	6
D. Definisi Operasional.....	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS PENELITIAN 11	
A. Kajian Pustaka	11

B. Kerangka Berpikir.....	15
C. Hipotesis Penelitian	23
BAB III METODE PENELITIAN.....	24
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	24
B. Populasi dan Sampel	24
C. Waktu dan Tempat Penelitian	26
D. Variabel Penelitian.....	26
E. Desain Penelitian	27
F. Instrumen/ Alat dan Bahan Penelitian	28
G. Tehnik Pengumpulan Data/ Prosedur Penelitian	28
H. Tehnik Analisis Data.....	30
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	34
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	34
B. Hasil Penelitian.....	40
C. Pembahasan Penelitian	50
BAB V PENUTUP	55
A. Kesimpulan.....	55
B. Saran	56
DAFTAR PUSTAKA	57
LAMPIRAN	62

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel ,27.
Tabel 4.1	Nasabah yang Mengajukan Pembiayaan Mudharabah pada 3 Tahun Terakhir. 37.
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Bank Syariah Indonesia KC Bima Soetta 1 Berdasarkan Jenis Kelamin, 41.
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Bank Syariah Indonesia KC Bima Soetta 1 Berdasarkan Umur, 41
Tabel 4.4	karakteristik Responden Bank Syariah Indonesia KC Bima Soetta 1 Berdasarkan Pekerjaan, 42.
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas Promosi (X), 43.
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Keputusan Nasabah (Y), 44.
Tabel 4.7	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Promosi dan Keputusan Nasabah, 45.
Tabel 4.8	Hasil Uji Normalitas,46.
Tabel 4.9	Hasil Uji Heteroskedastisitas, 47.
Tabel 4.10	Hasil Uji Linearitas, 48.
Tabel 4.11	Hasil Uji t,49.
Tabel 4.12	Hasil Uji Regresi Linear Sederhana,49
Tabel 4.13	Hasil Uji Determinasi (R ²),51.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Bagan Kerangka Berpikir, 22.

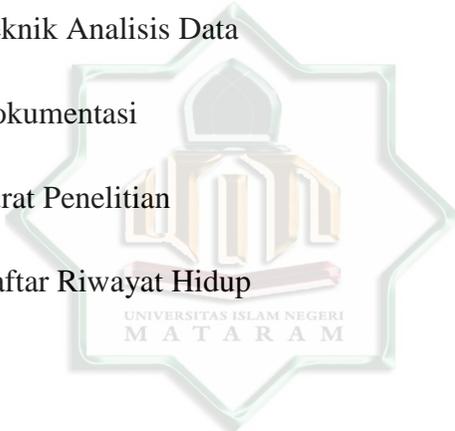
Gambar 4.1 Bagan Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia KC
Bima Soetta 1, 38



Perpustakaan UIN Mataram

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Permohonan Menjadi Responden
- Lampiran 2 Persetujuan Responden
- Lampiran 3 Petunjuk Pengisian Kuesioner
- Lampiran 4 Hasil Data Tabulasi
- Lampiran 5 Teknik Analisis Data
- Lampiran 6 Dokumentasi
- Lampiran 7 Surat Penelitian
- Lampiran 8 Daftar Riwayat Hidup



Perpustakaan UIN Mataram

Pengaruh Faktor Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Mengajukan Pembiayaan Mudharabah Pada PT Bank Syariah Indonesia KC Bima Soetta 1

Oleh:

Tri Rahmitasari

NIM.190502260

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh faktor promosi terhadap keputusan nasabah dalam mengajukan pembiayaan mudharabah pada PT Bank Syariah Indonesia KC Bima Soetta 1. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *Probability Sampling*.

Pengumpulan data dengan cara menyebarkan kuesioner dengan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 52 responden dari nasabah PT Bank Syariah Indonesia KC Bima Soetta 1. Untuk menganalisis data dengan menggunakan bantuan aplikasi SPSS 26. Metode analisis menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi linear sederhana, dan uji hipotesis dengan menggunakan uji t.

Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel promosi secara simultan berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah pada PT Bank Syariah Indonesia KC Bima Soetta 1 dilihat dari promosi (X) dengan tingkat nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 2,981 > t_{tabel} 1,676$ dinyatakan memenuhi syarat menjadi variabel pendukung terhadap keputusan nasabah (Y), dan nilai koefisien Determinasi (R^2) sebesar 15,1% menunjukkan nilai keputusan nasabah dipengaruhi oleh promosi terhadap keputusan nasabah dalam mengajukan pembiayaan mudharabah sedangkan sisanya 17,2% dipengaruhi oleh variabel yang tidak diteliti oleh penelitian ini.

Kata Kunci: Pembiayaan Mudharabah, Promosi, Keputusan Nasabah

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bank merupakan lembaga keuangan yang kegiatannya meliputi menghimpun dana dari masyarakat, menyalurkan dana masyarakat, dan memberikan jasa-jasa lainnya. Sebagai pelantaran keuangan bank akan memperoleh keuntungan dari selisih bunga yang diberikan kepada penyimpan (bunga simpanan) dengan bunga yang diterima dari peminjam (bunga kredit). Keuntungan ini diperoleh dari jenis bank konvensional yang menerapkan sistem bunga. Sedangkan bagi hasil bank syariah menerapkan istilah bagi hasil atau *profit sharing*.¹

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia telah menjadi tolak ukur keberhasilan eksistensi ekonomi syariah. Bank Muamalat Indonesia sebagai bank syariah pertama dan menjadi *pioneer* bagi bank syariah lainnya, dan telah lebih dahulu menerapkan sistem ini di tengah menjamurnya bank-bank konvensional. Krisis moneter yang terjadi pada tahun 1998 telah menenggelamkan bank-bank konvensional dan banyak yang dilikuiditas karena kegagalan sistem bunganya. Industri keuangan dan perbankan di Indonesia telah menunjukkan pertumbuhan yang disignifikan. Perkembangannya telah mencapai pertumbuhan rata-rata 30% lebih banyak per tahun dalam lima tahun terakhir. Angka ini diatas rata-rata pertumbuhan industri perbankan syariah di dunia yang hanya 10% hingga 15% per tahun. Bahkan, tingkat pertumbuhan ini juga lebih tinggi dari rata-rata pertumbuhan industri perbankan nasional, yang tercatat rata-rata 16,7% per tahun.²

Bank syariah di Indonesia dalam rentang waktu yang relative singkat, telah memperlihatkan kemajuan yang cukup baik

¹Supiah Ningsih, "Dampak Dana Pihak Ketiga Bank Konvensional dan Bank Syariah Serta Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia", (Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung, 2021), hlm. 2.

²Reza Arviciena Sakti, "Pengaruh Perilaku, Norma Subjektif, dan Kontrol Perilaku Terhadap Minat Nasabah Memilih Produk Tabungan Ibt Amanah Di Bank NTB Syariah", *Jurnal Pascasarjan*, Vol. 9, No. 1, Juni 2020, hlm. 88

dan semakin memperlihatkan eksistensinya dalam sistem perekonomian nasional. Bank bank berdasarkan prinsip syariah atau bank seperti halnya pada bank konvensional juga mempunyai fungsi sebagai lembaga intermediasi (*Intermediary Institution*). Sistem syariah ini menawarkan keadilan, transparansi, akuntabilitas, dan saling percaya diantara para pelaku ekonomi. Sistem ekonomi dunia saat ini di dominasi oleh segelintir pemilik modal, dan para kapitalis yang memiliki pengaruh yang luar biasa dalam pergerakan roda ekonomi, yang pada akhirnya banyak menimbulkan korban sehingga keberadaan bank syariah ini diterapkan mampu memberikan solusi atas keadaan tersebut.³

Di Indonesia Bank-bank berbasis syariah cukup banyak, diantaranya ada Bank Muamalah, Bank NTB Syariah dan Bank Syariah lainnya. Bank bertumbuh dan berkembang sangat luas pada zaman yang semakin canggih ini, Bank BRI Syariah, Bank BNI Syariah dan Bank Mandiri Syariah kini digabung menjadi satu yaitu Bank Syariah Indonesia (BSI).

PT Bank Syariah Indonesia Tbk resmi beroperasi pada tanggal 1 Februari 2021. Bank Syariah Indonesia merupakan bank syariah terbesar di Indonesia hasil penggabungan (*merger*) 3 Bank Syariah hasil dari Himpunan Bank Milik Negara (Himbara), yaitu: PT Bank BRI Syariah (BRIS), PT Bank Syariah Mandiri (BSM), dan PT Bank BNI Syariah (BNIS). Terobosan kebijakan pemerintah untuk melakukan *merger* tiga bank syariah ini diterapkan dapat memberikan pilihan lembaga keuangan baru bagi masyarakat sekaligus mampu mendorong perekonomian nasional.⁴

Provinsi Nusa Tenggara Barat (NTB) merupakan salah satu provinsi yang memiliki potensi bagus dalam hal mengembangkan keuangan syariah mengingat mayoritas penduduk NTB banyak yang beragama Islam/muslim.⁵ Kebanyakan bank di NTB sudah dikonversi ke Syariah, yang membuat masyarakat NTB mulai

³Supian Ningsi, ” *Dampak Dana Pihak...*, hlm. 3.

⁴*Ibid.*, hlm. 9.

⁵Rika Dwi Ayu Parmatasari., dkk, “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Kabupaten Bima Menabung di Bank NTB Syariah”, *Islamic Banking, Economic and Financial Journal*, Vol. 1 No. 2, Juni 2021, hlm. 104.

memutuskan mengambil pembiayaan di Bank Syariah. Salah satunya bank syariah yang ada di NTB adalah Bank Syariah Indonesia atau disebut dengan bank BSI. Bank Syariah Indonesia merupakan salah satu bank yang mengutamakan pelayanan dan kepuasan nasabah dalam memilih pembiayaan di bank tersebut. Selain itu kinerja Bank Syariah Indonesia (BSI) dilihat dari reputasi yang lebih cukup baik, sehingga banyak nasabah yang memilih pembiayaan dengan berbasis syariah.

Bank Syariah Indonesia kini sudah mempunyai beberapa Cabang di NTB salah satunya terdapat di Kota Bima, hampir semua masyarakat Bima rata-rata beragama Islam. Pada umumnya penduduk Kota Bima mempunyai mata pencaharian di bidang pertanian, perkebunan, nelayan dan perdagangan. Dan melihat dari jumlah penduduk serta masyarakat yang mayoritasnya beragama Islam, tidak menutup kemungkinan akan mampu memberikan kontribusi yang sangat besar untuk meningkatkan perekonomian di Kota Bima tersebut.

Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Bima Soekarno Hatta 1 menjalankan sistem operasionalnya dalam menghimpun dana menggunakan beberapa produk jasa yang disediakan oleh bank berbasis syariah yaitu akad tabungan Wadi'ah dan akad tabungan Mudharabah. Akad tabungan Al-Wadi'ah (jasa penitipan), merupakan jasa penitipan dana yang sewaktu-waktu bisa diambil. Dengan sistem wadi'ah, bank tidak berkewajiban, namun diperbolehkan untuk memberikan bonus kepada nasabah. Adapun yang menabung dengan akad wadi'ah ini biasanya berasal dari kalangan masyarakat menengah ke bawah, pelajar maupun mahasiswa.

Di kota Bima kebanyakan masyarakatnya sudah mengetahui apa itu Bank Syariah Indonesia, tapi masyarakat tidak tau produk-produk yang ditawarkan oleh Bank Syariah Indonesia, sehingga masyarakat yang tidak tahu produk-produk Bank Syariah Indonesia tentu tidak akan berminat untuk menggunakan jasa Bank Syariah Indonesia karena beranggapan bahwa fasilitas penunjang yang diberikan masih kalah dengan fasilitas yang ditawarkan oleh Bank Konvensional, kecuali orang yang

mempunyai keinginan menabung di Bank Syariah Indonesia dikarena menghindari ribah, pemahaman dan pengetahuan masyarakat tentang Bank Syariah Indonesia itu sendiri. Dimana, pandangan masyarakat terhadap Bank Syariah Indonesia tergantung dengan apa yang masyarakat ketahui. Jika pengetahuan tentang Bank Syariah Indonesia rendah maka dalam memandang dan keinginan untuk menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia pastinya rendah pula. Rendahnya minat masyarakat Bima pada Bank Syariah Indonesia dapat dilihat dari kurangnya pertumbuhan nasabah pada Bank Syariah Indonesia sehingga banyak masyarakat yang kurang mengetahui produk pembiayaan mudharabah pada Bank Syariah Indonesia.⁶

Pembiayaan Mudharabah adalah kerjasama antara seorang partner yang memberikan uang kepada partner lain untuk diinvestasikan ke perusahaan komersial. Pihak bank (*shahibul maal*) berkewajiban memberikan dana 100% kepada nasabah (*mudharib*) dan *mudharib* hanya mengelolah usaha yang sudah ditentukan oleh pihak shahibul maal. Pembagian keuntungan akan dibagi berdasarkan kesepakatan pada awal kontrak, sedangkan jika terjadi kerugian akan ditanggung oleh pemilik modal. Pengelolah juga bertanggung jawab apabila kerugian itu disebabkan oleh pihak pengelolah.⁷

Produk *mudharabah* terbagi menjadi 2 jenis yaitu, *mudharabah muthalaqah* dan *mudharabah muqqayaddah*. Pertama *Mudharabah muthalaqah* yaitu akad *mudharabah* di mana pemilik modal memberikan modal kepada *a'mil* (pengelolah) tanpa disertai dengan pembatas (*qaid*). Didalam akad tidak ada ketentuan atau pembatasan mengenai tempat kegiatan usaha, jenis usaha, barang yang dijadikan objek usaha, dan ketentuan-ketentuan yang lain. Penerapan *mudharabah mutlaqah* dapat berupa tabungan dan deposito sehingga tersapat dua jenis penghimpun dana, yaitu tabungan *mudharabah* dan deposito *mudharabah*. Berdasarkan

⁶Wiwin Fauziah, Wawancara, Bima, 22 Oktober 2022.

⁷Russely Inti Dwi Permata., dkk, "Analisis Pengaruh Pembiayaan Mudharabah dan Musyarakah Terhadap Tingkat Profitabilitas (*Return On Equity*)", *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 12, No. 1 Juli 2014, hlm. 3.

prinsip ini, tidak ada pembatasan lagi bagi bank dalam menggunakan dana yang dihimpun.⁸

Sedangkan yang kedua *mudharabah muqayaddah* yaitu kebalikan dari *mudharabah mutlaqah*. *Mudharib* dibatasi dengan jenis usaha, waktu, tempat usaha dan dari siapa barang tersebut dibeli. Adanya pembatasan ini sering kali mencerminkan kecenderungan umum *shahibul maal* dalam memasuki jenis-jenis dunia usaha. *Mudharabah muqayaddah* atau disebut dengan istilah *restricted mudharabah* adalah kebalikan dari *mudharabah mutlaqah*. *Mudharib* dibatasi dengan jenis batasan jenis usaha, waktu dan tempat usaha.⁹

Sesungguhnya produk mudharabah juga tidak kalah penting dari produk murabahah, sebab kedua produk tersebut merupakan dua produk yang berpotensi sangat besar dalam menciptakan keseimbangan sektor moneter syariah. Tetapi pada kenyataan bank sangat jarang menggunakan produk mudharabah ketimbang produk murabahah. Begitupun dengan masyarakat yang lebih mengetahui atau lebih mengenal akan mudharabah ketimbang dengan mudharabah yang menjadi dasar perbankan syariah. Alasan kenapa banyak masyarakat tidak memilih akad mudharabah karena hasil dari pembiayaan mudharabah tidak pasti, artinya tingkat kepastian tergantung relisasi bisnis dari pengelola (*mudharib*) atau sang nasabah, perjanjian pembiayaan mudharabah didasari atas prinsip bagi hasil dimana margin penjualan yang sudah termasuk harga jual, dan juga kurangnya pemasaran dari bank syariah kurang gencar menjadikan sebagian masyarakat yang belum banyak mengetahui keunggulan pembiayaan mudharabah, kebanyakan dari bank syariah masih banyak berokus pada produk-produk bank lainnya seperti, tabungan, peminjaman modal dan lain-lainnya.

Hal ini yang dapat menarik nasabah agar melakukan pengajuan diperlukan pelayanan yang baik serta dapat memahami dan mengetahui apa yang diinginkan nasabah, karena tidak banyak nasabah yang mengeluh mengenai pelayanan bank yang dirasa

⁸Wardi., dkk., “*Fiqh Muamalah*”, (Jakarta: Amzah, 2015), hlm 73.

⁹Syafi’i Antonio, “*Bank Islam Dari Teori Ke Praktik*”, (Jakarta: Gema Insani Press, 2001), hlm. 150-151.

nasabah sangat sulit, ramah, prosedur yang panjang dan lainnya. Dari segi promosi tentunya juga dapat mendukung nasabah dalam mengajukan pembiayaan, oleh karena itu promosi harus sangat gencar dilakukan gunanya untuk menarik nasabah didukung pelayanan, kerahasiaan bank, keramahaan staf, lokasi, serta keunggulan dalam bagian produk sehingga nasabah dapat memutuskan pengajuan pembiayaan di Bank Syariah Indonesia KC Bima Soetta 1.

Berdasarkan uraian diatas peneliti tertarik untuk meneliti tentang **“Pengaruh Faktor Promosi terhadap Keputusan Nasabah Dalam Mengajukan Pembiayaan Mudharabah Pada PT. Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Bima Soetta 1.”**

B. Rumusan dan Batasan masalah

Rumusan masalah penelitian ini sebagai berikut: “ Apakah faktor promosi berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam mengajukan pembiayaan *mudharabah* pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Bima Soetta 1?

Batasan masalah dibuat berdasarkan pertimbangan agar pembahasan tidak meluas. Oleh sebab itu, penelitian membatasi masalah yang akan dibahas dengan berfokus pada pengaruh faktor promosi terhadap keputusan nasabah dalam mengajukan pembiayaan *mudharabah* pada PT. Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Bima Soetta 1”.

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh faktor promosi terhadap keputusan nasabah dalam mengajukan pembiayaan mudharabah pada PT Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Bima Soetta 1.

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

- 1) Penelitian ini diterapkan untuk memenuhi sebagai salah satu syarat menyelesaikan pendidikan pada program Sarjana Strata Satu (S1) pada Program Studi Perbankan

Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Mataram.

- 2) Penelitian ini diharapkan sebagai bahan tambahan dan referensi bacaan bagi pembaca dan bisa dikembangkan untuk penelitian selanjutnya.
- 3) Dapat menambah ilmu pengetahuan masyarakat tentang perbankan syariah terhadap mengajukan pembiayaan di perbankan syariah.

b. Manfaat Praktis

- 1) Sebagai pinjakan dan referensi untuk penelitian selanjutnya tentang pengaruh faktor promosi terhadap keputusan nasabah dalam mengajukan pembiayaan mudharabah.
- 2) Sebagai bahan pertimbangan Bank Syariah untuk mempromosikan kepada masyarakat dan juga sebagai bahan kebijakan untuk mengetahui dari segi kekurangan yang ada.

D. Definisi Operasional

Definisi Operasional merupakan batasan yang dijadikan pedoman untuk melakukan suatu kegiatan atau pekerja, misalnya penelitian. Oleh karena itu, definisi ini disebut juga definisi kerja karena dijadikan pedoman untuk melaksanakan suatu penelitian atau pekerjaan tertentu. Definisi ini juga disebut definisi subjektif karena disusun oleh keinginan orang yang akan melakukan pekerjaan.¹⁰ Adapun definisi operasional yang digunakan dalam variable-variabel pada penelitian ini dapat dilihat sebagai berikut:

1. Pengaruh Faktor Promosi

Promosi menjadi faktor penting dalam mempengaruhi keputusan menggunakan suatu produk. Pengaruh promosi yang bagus dan dengan intensitas yang tinggi akan menjadikan konsumen mengenal dan ada rasa penasaran terhadap produk yang dipromosikan. Promosi sendiri merupakan sarana untuk

¹⁰Widjono Hs, *Bahasa Indonesia Mata Kuliah Pengembangan Kepribadian di Perguruan Tinggi*, Jakarta :PT Grasindo, anggota Ikapi, 2007, hlm. 120.

membangun kepercayaan dan penilaian konsumen terhadap produk, yaitu dengan membina hubungan yang erat antara produsen dengan konsumen melalui pendekatan strategi promosi yang tepat.¹¹ Tujuan dari promosi ialah untuk menginformasikan segala jenis produk yang akan ditawarkan dan bertujuan untuk menarik lebih banyak konsumen baru.

Dalam menggunakan promosi melalui iklan perlu menggunakan sarana media, dalam penggunaan media ini perlu dilakukan dengan berbagai pertimbangan. Adapun penggunaan media yang dipakai sebagai sarana pemasangan iklan adalah sebagai berikut:

- 1) Jangkauan media yang akan digunakan termasuk jumlah yang akan diterbitkan.
- 2) Sarana atau konsumen yang akan dituju.
- 3) Biaya yang akan dikeluarkan, biaya pemasangan iklan di media yang akan dituju.

Adapun keunggulan promosi melalui iklan antara lain:¹²

- a) *Presentasi public*
- b) *Pervasiveness*
- c) *Applied expressiveness*
- d) *Impersonality*

Adapun beberapa produk yang dipromosikan oleh bank syariah yaitu antara lain:

- 1) Tabungan Syariah

Tabungan syariah terikat adanya kesepakatan atau akad antara nasabah dan bank, yaitu akad mudharabah tentang simpanan yang pengelola berikan kepada bank dengan system bagi hasil.

Produk syariah ini menerapkan system bagi hasil. Jadi, bukan bunga karena adanya unsur ribah yang tidak halal.

¹¹Makhdaleva Hanura Tajudin dan Ade Sofyan Mulazid, "Pengaruh Promosi, kepercayaan dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Haji (*Mabrur*) Bank Syariah Mandiri KCP. Sawangan Kota Depok", (*Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. 8, No. 1, Januari-Juni 2017), hlm. 24.

¹²Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana Pereneda Media Group, 2010), hlm. 155.

2) Deposito syariah

Deposito syariah merupakan produk simpanan berjangka yang dikelola bank syariah. Produk ini bisa didapatkan untuk nasabah perorangan dan perusahaan dengan menggunakan prinsip mudharabah.

3) Gadai syariah

Gadai syariah merupakan produk pinjaman tunai dari bank syariah kepada nasabahnya. Khususnya dalam hal, gadai syariah menggunakan akad rahn atau ijhara. Sebagai syarat utama, nasabah wajib menyerahkan barang jaminan.

4) Pembiayaan atau pinjaman syariah

Pinjaman syariah merupakan produk pinjaman dari bank syariah. Nasabah wajib melunasi utang tersebut dalam bentuk pembayaran langsung atau cicilan.

5) Giro Syariah

Giro syariah merupakan produk simpanan di bank syariah yang dana bisa ditarik dengan menggunakan cek atau bilyet giro selain kartu ATM.

2. Keputusan Nasabah

Keputusan nasabah merupakan efek akhir dari suatu pembeli yang diartikan sebagai suatu sikap dan niat untuk berperilaku dimasa depan dan diekspresikan melalui hal-hal seperti, komitmen untuk membeli produk dari perusahaan jika membutuhkan produk lainnya, komitmen untuk memberikan rekomendasi pada orang lain, niat untuk menambah jumlah tabungan, niat atau keinginan memberikan hal-hal prositif perusahaan.¹³

3. Pembiayaan Mudharabah

Mudharabah merupakan akad kerjasama antara dua belah pihak pada Bank Syariah (*Shahibul mall*) dan pihak pengusaha (*mudarib*), dimana bank (pihak pertama) memberikan seluruh atau semua dana dan pengusaha (pihak

¹³Karnila Ali, "Pengaruh Promosi Dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Tabungan Ekasave Pada Bank Eka Kantor Pusat Metro", *Jurnal Ilmiah FE-UMM*, Vol. 11, No. 1, Tahun 2017. hlm. 37.

kedua) bertindak sebagai selaku pengelola. Keuntungan akan dibagi sesuai akad dan kesepakatan diantara kedua belah pihak. Dan kerugian hanya ditanggung oleh pemilik dana tersebut.¹⁴

Adapun dalam akad mudharabah terbagi menjadi dua jenis yaitu :¹⁵

- 1) *Mudharabah muthlaqah* merupakan kerja sama antara pihak pertama dan pihak lain yang cukupnya lebih luas. Maksudnya tidak terbatas oleh waktu, spesifiknya usaha dan daerah bisnis.
- 2) *Mudharabah muqqayadah (on Balance Sheet)* merupakan kebalikan dari *mudharabah muthlaqah* dimana pemilik dana dapat menetapkan syarat-syarat tertentu yang harus dipatuhi oleh pihak bank.



Perpustakaan UIN Mataram

¹⁴Ditha Nada Pratama, dkk., “Pengaruh Pembiayaan Mudharabah, Pembiayaan Musyarakah dan Sewa Ijarah Terhadap Profitabilitas”, (*JRKA*, Vol. 3, Isue. 1. Februari 2017), hlm. 58.

¹⁵Dr. Kasmir, *Dasar-dasar Perbankan*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Pesada, 2014), hlm. 249.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS PENELITIAN

A. Kajian Pustaka dan Hipotesis Penelitian

1. Kajian Pustaka

Kajian pustaka adalah upaya meneliti melakukan penelusuran terhadap penelitian-penelitian terdahulu, menguji pustaka-pustaka yang sudah pernah ada. Kajian pustaka memuat uraian secara sistematis tentang hasil penelitian terdahulu (*Prio Research*) yang pelayan dengan persoalan yang akan dikaji dalam skripsi. Kajian pustaka dibuat sebagai perbandingan penelitian yang akan dilakukan dengan penelitian-penelitian sebelumnya yang relevan untuk mengantisipasi adanya duplikasi penelitian yang berakibat pada plagiarisme.¹⁶

Adapun beberapa hasil penelitian terdahulu yang berhasil ditelaah atau dikaji oleh penelitian antara lain:

- a) Penelitian ini dilakukan oleh Widya Kartika Agustina yang berjudul “Pengaruh Strategi Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Produk Pembiayaan Mudharabah di Bank Syariah Indonesia Mojokerto (Eks BRI Syariah) Studi Kasus Masyarakat Desa Japan Mojokerto”.¹⁷

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh strategi promosi dan brand image terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan mudharabah. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan jenis penelitian survei. Data yang digunakan adalah primer yang diperoleh dari penyebaran kuesioner secara langsung kepada responden masyarakat Desa Japan Mojokerto. Teknik

¹⁶Tim Penyusun, *Pedoman Skripsi*, Universitas Islam Negeri Mataram, 2022..., hlm. 24

¹⁷Widya Kartika Agustina, “Pengaruh Strategi Promosi dan *Brand* Image Terhadap Minat Nasabah dalam Menggunakan Produk Pembiayaan Mudharabah di Bank Syariah Indonesia Mojokerto Ex BRI Syariah”, (*Skripsi*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Tulungagung, 2021), hlm. xv

pengumpulan sampel sebanyak 142 responden. Analisa data pada penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linier berganda yang diuji validitas, uji reabilitas, uji normalitas, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini menggunakan bahwa (1) strategi promosi berpengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan mudharabah pada bank BSI Mojokerto (Ex BRI Syariah), (2) Brand image berpengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan mudharabah pada bank BSI Mojokerto (Ex Syariah), (3) strategi promosi dan brand image berpengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan mudharabah pada Bank BSI Mojokerto (Ex BRI Syariah) .

Adapun yang menjadi persamaan peneliti terdahulu dengan penelitian sekarang adalah sama-sama meneliti tentang variabel dan keputusan nasabah pada Bank Syariah Indonesia. Adapun yang membedakan penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu yaitu terletak pada objek penelitian, jumlah responden, tempat penelitian dan waktu penelitian.

- b) Penelitian yang dilakukan oleh Amelia Setyawati, dkk “ Pengaruh Pembiayaan Mudharabah dan Pembiayaan Musyarakah Terhadap Laba Bersih Pada Bank Muamalat Indonesia periode 2015-2019”¹⁸

Penelitian bertujuan untuk menganalisis pengaruh pembiayaan mudharabah dan pembiayaan musyarakah terhadap laba bersih yang ada pada Bank Muamalat Indonesia Periode 2015-2019. Populasi penelitian ini yaitu Bank Muamalat yang merupakan kelompok Bank Umum Syariah dimana Bank Muamalat yang menyediakan laporan keuangan pembiayaan mudharabah, pembiayaan musyarakah dan laba bersih pada tahun 2015 sampai

¹⁸Amelia Setyawati., dkk, "Pengaruh Pembiayaan Mudharabah dan Pembiayaan Musyarakah Terhadap Laba Bersih Pada Bank Muamalat Indonesia Periode 2015-2019", (*Jurnal Manajemen Purna Iswara*), Vol. 4, No. 1, Tahun 2022. Hlm. 13

dengan 2019. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah data yang bersumber dari pembiayaan mudharabah, musyarakah dan laba bersih yang diperoleh dari sebuah laporan keuangan yang telah dipublikasikan melalui website. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis linear berganda adapun alat analisis yang digunakan yaitu uji asumsi klasik, uji hipotesis, dan koefisien determinasi (R^2). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pembiayaan mudharabah dan pembiayaan musyarakah menunjukkan hubungan yang positif secara parsial dan simultan terhadap laba bersih.

Pesamaan penelitian sekarang dan penelitian terdahulu adalah sama-sama meneliti tentang pembiayaan mudharabah. Adapun yang membedakan dengan penelitian terdahulu yaitu terletak pada objek penelitiannya, waktu penelitian, jumlah responden, dan teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel.

- c) Penelitian yang dilakukan oleh Iwan Purnama yang berjudul “Pengaruh Pembiayaan Mudharabah dan Musyarakah Terhadap Laba Bersih Melalui Pendapatan Bagi Hasil Pada Bank Umum Syariah”¹⁹.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Penelitian kuantitatif adalah suatu proses menemukan pengetahuan dengan menggunakan data berupa angka sebagai alat untuk menemukan keterangan tentang apa yang ingin kita ketahui. Sedangkan *Asosiatif* adalah penelitian yang dipakai untuk mengetahui pengaruh ataupun korelasi antara dua variabel atau lebih. Dibandingkan dengan deskriptif dan komperatif, *asosiatif* lebih mempunyai tingkatan yang lebih tinggi karena dengan penelitian ini dapat dibangun teori yang dapat menjelaskan, meramalkan dan mengontrol suatu gejala.

¹⁹Iwan Purnama, Pengaruh Pembiayaan Mudharabah dan Musyarakah Terhadap Laba Bersih Melalui Pendapatan Bagi Hasil Pada Bank Umum Syariah, *Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, Vol. 6, No. 2, Februari 2023. hlm. 1

Hasil penelitian menunjukkan bahwa bagi hasil mampu memediasi pengaruh pembiayaan mudharabah terhadap laba bersih, sedangkan pada pembiayaan *musyarakah*, bagi hasil tidak dimediasi pengaruh pembiayaan *musyarakah* terhadap laba bersih. Bagi hasil mampu memediasi pengaruh pengaruh pembiayaan *mudharabah* terhadap laba bersih, sedangkan pada pembiayaan *musyarakah*, bagi hasil tidak dimediasi pengaruh pembiayaan *musyarakah* terhadap laba bersih.

Persamaan penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu adalah sama-sama meneliti tentang pembiayaan *mudharabah* pada Bank Syariah. Adapun yang membedakan penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu yaitu terletak pada objek penelitian, waktu penelitian, variabel yang diteliti, tehnik yang digunakan dalam pengambilan sampel dan lokasi.

- d) Penelitian yang dilakukan oleh Fachrizal Lubis yang berjudul “Faktor-faktor yang Berpengaruhi Keputusan Nasabah Memilih Pembiayaan Mudharabah Pada BPRS Prima Medan”²⁰

Metode Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dan teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner anget. Analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah uji kualitas data, uji asumsi klasik, regresi linear berganda, dan uji hipotesis. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor internal (X) tidak memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembiayaan mudharabah (Y), dan faktor eksternal (X) tidak memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembiayaan Mudharabah (Y). Hasil dari uji t (persial) diperoleh nilai sig $0.004 < 0.05$, oleh sebab itu ketentuan uji t (persial) dapat disimpulkan hipotesis H_0 ditolak dan H_a

²⁰Fachrizal Lubis, “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Memilih Pembiayaan Mudharabah pada PT. BPRS Gebu Prima Medan”, (*Skripsi*, Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, 2022), hlm. i

diterima yang berate secara persial faktor internal (X) berpengaruh terhadap keputusan pembiayaan mudharabah (Y).

Persamaan penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu adalah sama-sama meneliti tentang faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah memilih pembiayaan mudharabah. Adapun yang membedakan penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu yaitu penelitian terdahulu membahas tentang keputusan pembiayaan mudharabah pada PT BPRS, Sedangkan penelitian sekarang yaitu pengaruh faktor promosi terhadap keputusan nasabah dalam mengajukan pembiayaan mudharabah pada PT. Bank Syariah Indonesia, variabel penelitian, tempat penelitian, jumlah responden, dan waktu penelitian.

2. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir adalah berisi pembahasan tentang teori-teori yang digunakan dalam rangka menjawab permasalahan yang telah diajukan.²¹

a. Promosi

1) Pengertian Promosi

Promosi merupakan salah satu kegiatan pemasaran yang penting bagi perusahaan dalam upaya mempertahankan serta meningkatkan kualitas penjualan, untuk meningkatkan kegiatan pemasaran dalam memasarkan barang atau jasa dari suatu perusahaan, tak cukup hanya mengembangkan produk, menggunakan saluran distribusi dan saluran harga yang tetap, tapi juga didukung oleh kegiatan promosi.²²

²¹Amri Amir, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Penerapannya*, (Jambi: IPB Press, 2009), hlm. 93.

²²Nel Arianty, *Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pelanggan Menggunakan Kartu Mentari Pada*, (Medan: PT Indosat Tbk, Sumatera Utara), hlm. 103

2) Tujuan promosi

Ada beberapa tujuan dari promosi dari sebuah perusahaan atau Bank, yaitu:²³

a) Menginformasikan (*Informing*)

Untuk menginformasikan berbagai jenis produk yang ditawarkan kepada target pasar. Contohnya yaitu memberikan informasi tentang kualitas, harga, dan manfaat produk tersebut.

b) Membujuk pelanggan (*Persuading*)

Membujuk pelanggan adalah membujuk sesuai sifat iklan yang biasanya mempengaruhi atau *persuading*. Promosi juga berperan untuk mendorong komunikasi untuk pelanggan jangka pendek maupun jangka panjang. Membujuk pelanggan tentunya tidak mudah dilakukan dan perlu banyak strategi agar dapat membujuknya agar menggunakan produknya.

c) Mengubah tingkah laku

Promosi juga dapat mengubah tingkah laku pada masyarakat. Dengan kegiatan promosi, konsumen juga dapat mengubah perspektif pada produk dan membandingkan produk yang satu dengan yang lainnya sehingga dapat memilih yang terbaik.

d) Meningkatkan keuntungan (Laba)

Promosi yang dilakukan dengan menarik akan berdampak sangat baik terhadap penjualan. Penjualan dalam jumlah besar akan meningkatkan kesempatan untuk mendapatkan keuntungan yang lebih banyak.

e) Meningkatkan suatu Brand atau merek (*Reminding*)

Meningkatkan pelanggan juga termasuk tujuan promosi. Dengan sering meningkatkan setiap

²³Impulse Digital, 2022, "5 Tujuan Promosi Produk, Simak Strategi Memulai Bisnis Ini!" <http://www.sap-express.id/blog/5-tujuan-promosi-produk-simak-strategi-memulai-bisnis-ini/> diakses tanggal 19 Februari 2023, pukul 21.21.

saat maka kemungkinan besar masyarakat akan lebih mengingat produk karena merasa familiar dengan keberadaan produk tersebut. Tujuan promosi sebagai pengingat merek yaitu mengikat hati masyarakat agar tidak lupa dengan produk yang dipasarkan oleh penjual.

3) Jenis-jenis promosi

Berikut ini adalah beberapa jenis promosi yang akan dilakukan oleh perusahaan atau bank untuk memperkenalkan produknya kepada nasabah atau konsumen sebagai berikut:²⁴

- a) Iklan merupakan bentuk jenis promosi yang digunakan perusahaan untuk menjual barang atau jasa. Misalnya pada pemasaran jasa, periklanan berperan untuk membangun kesadaran atas jasa yang ditawarkan.
- b) Promosi penjualan (Sales Promotion) merupakan kegiatan yang bertujuan untuk meningkatkan arus produk atau jasa dari produsen sampai hingga akhir. Misalnya, promosi penjualan terdiri dari brosur, information sheets, dan sebagainya.
- c) Publisitas merupakan kegiatan promosi yang dilakukan untuk memancing atau menarik nasabah melalui kegiatan seperti pameran, perlombaan cerdas cermat, bakti social, kuis serta kegiatan lainnya yang diadakan melalui media.

b. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Promosi

Menentukan variabel yang paling efektif dalam bauran promosi adalah hal yang paling sulit dalam pemasaran. Dalam prakteknya kita harus mencari kombinasi yang terbaik atas penggunaan variabel-variabel tersebut, sehingga terdapat berbagai macam faktor yang

²⁴ Pamela, 2022, "7 Jenis Promosi Dasar Yang Wajib Dikeathui Pebisnis" <http://www.sap-express.id/blog/5-tujuan-promosi-produk-simak-strategi-memulai-bisnis-ini/> diakses tanggal 19 Februari 2023, pukul 21.21.

mempengaruhinya dalam menentukan kombinasi terbaik dalam bauran promosi atau *promotion mix* .

Menurut Swastha Faktor-faktor yang mempengaruhi promosi adalah:²⁵

- 1) Dana yang digunakan untuk promosi.
 - 2) Sifat pasar.
 - 3) Jenis-jenis produk.
 - 4) Tahap-tahap dalam siklus kehidupan barang.
- c. Keputusan Nasabah

Pengambilan keputusan adalah proses penilaian pemilih berbagai alternative sesuai dengan kepentingan dengan menetapkan pilihan yang dianggap menguntungkan. Pengambilan keputusan membutuhkan beberapa langkah yang terdapat dalam pikiran seseorang dan sekaligus mengajaknya berpikir sistematis. Dalam mengambil keputusan seorang dihadapkan pada kondisi tidak pasti maksudnya faktor yang diharapkan mempengaruhi dan memiliki kadar informasi sangat rendah, jangka panjang, maksudnya implikasinya memiliki jangkauan yang jauh dan melibatkan sumber usaha yang penting, adapun kompleks dalam preferensipengambilan keputusan atas resiko dan waktu memiliki peranan yang besar.²⁶

Faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan antara lain:²⁷

- 1) Budaya

Dalam prespektif Islam budaya merupakan segala nilai, pemikiran, serta simbol yang mempengaruhi perilaku, sikap, kepercayaan serta kebiasaan seseorang dan masyarakat. Contohnya adalah budaya tepat waktu yang diajarkan dalam Islam. Dalam hadist riwayat

²⁵Nel Arianty, “Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pelanggan Menggunakan Kartu Mentari Pada”, Medan: PT Indosat Tbk, Sumatera Utara), hlm. 104.

²⁶Ida Nurlaeli, “Pengaruh Faktor Budaya, Psikologi, Pelayanan, Promosi, dan Pengetahuan Tentang Produk Terhadap Keputusan Nasabah Memilih BPRS di Banyumas”, *Jurnal Pemikiran Islam*, Vol. XVIII, No. 2, Juni 2017, hlm. 79.

²⁷*Ibid.*, hlm. 80-84.

Imam Baihaqi, Rasulullah SAW bersabda yang artinya “Siapkan lima sebelum (datangnya) lima. Masa hidupmu sebelum datang waktu matimu, masa sehatmu sebelum datang waktu sakitmu, masa senggamu sebelum datang masa sibukmu, masa muda sebelum datang masa tuamu, dan masa kayamu sebelum datang masa miskinmu”.

2) Psikologi

Beberapa para ahli beranggapan bahwa perilaku konsumen dipengaruhi oleh beberapa dorongan psikologi dan teori-teori ini terbagi menjadi 2 bagian besar yaitu teori pembelajaran dan teori motivasi. *Pavlov*, *Skinner* dan *Hull* mengembangkan teori pembelajaran yang menyatakan bahwa perilaku seseorang merupakan hasil belajar akumulasi pengalaman selama hidupnya, maka pemasar perlu menciptakan akumulasi pengalaman selama hidupnya, maka pemasaran perlu menciptakan informal (*word-of-mouth communication*) yang positif tentang produk. Freud mengembangkan teori motivasi yang menyatakan seseorang tidak bisa memahami motivasi yang mendorong perilakunya secara pasti dan menurut Maslow bahwa motivasi seseorang dapat dihubungkan dengan kebutuhannya.

3) Pelayanan

Pelayanan ialah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung. Pelayanan yang diperlukan manusia secara umum dikelompokkan ada dua jenis, yaitu layanan fisik yang bersifat pribadi sebagai manusia dan layanan *administrative* yang diberikan oleh orang lain selaku anggota organisasi, baik itu organisasi swasta atau Negara. Dalam rangka mempertahankan hidupnya, manusia sangat memerlukan pelayanan, baik dari diri sendiri maupun melalui karya orang lain.

4) Promosi

Promosi adalah untuk memberitahukan, menginformasikan, menawarkan, membujuk, atau menyebarkan suatu produk atau jasa kepada calon konsumen tersebut dan pada akhirnya dapat melakukan pembelian suatu produk tersebut.²⁸ Promosi terdiri dari beberapa tindakan antara lain yaitu: periklanan, promosi, penjualan pribadi, hubungan masyarakat dan pemasaran langsung.

5) Pengetahuan Tentang Produk

Pengetahuan konsumen merupakan informasi yang dimiliki oleh konsumen mengenai berbagai macam produk dan jasa, serta pengetahuan lainnya yang terkait dengan produk dan jasa tersebut dan informasi yang berhubungan dengan fungsinya sebagai konsumen. Pengetahuan konsumen akan mempengaruhi keputusan pembeli.

d. Pembiayaan Mudharabah

Kata pembiayaan berasal dari kata “biaya” yang berarti pengeluaran dana untuk keperluan sesuatu. Sedangkan pembiayaan merupakan penyediaan uang atau tagihan yang dipersamakan dengan berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil. Pengertian lain pembiayaan adalah pendanaan yang dikeluarkan untuk mendukung investasi yang telah direncanakan.²⁹

Al-Mudharabah merupakan akad kerja sama antara dua belah pihak, di mana pihak pertama menyediakan seluruh modal dan pihak lain menjadi pengelola. Keuntungan

²⁸Gede Lingga Ananta Kusuma Putra dan Gede Pasek Putra Adnyana Yasa, “Komik Sebagai Saranan Komunikasi Promosi dalam Media Sosial”, *Jurnal Nawala Visual*, Vol. 1, No. 1, Mei 2019, hlm. 4.

²⁹Nurnasrina, dan P. Adiyes Putra., “*Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*”, (Jl. Sepakat No. 101 Panam-Pekanbaru, 2018), hlm. 1.

dibagi sesuai dengan kesepakatan yang dituangkan dalam kontrak. Apabila mengalami kerugi, maka akan ditanggung pemilik modal selama kerugian itu bukan akibat dari kelalaian sang pengelola. Apabila kerugian diakibatkan kelalaian sang pengelola, maka sang pengelola yang bertanggung jawab.³⁰

Dalam *mudharabah* terbagi menjadi dua jenis, yaitu *mudharabah muthlaqah* dan *mudharabah muqqayyadah*.

1) *Mudhrabah muthlaqah* merupakan kerja sama antara pihak pertama dan pihak lain yang cakupannya lebih luas. Maksudnya tidak dibatasi waktu, spesifiknya usaha dan daerah bisnis.

Adapun ketentuan umum dalam produk ini adalah sebagai berikut:³¹

- a) Bank wajib memberitahukan kepada pemilik mengenai nisbah dan tata cara pemberitahuan keuntungan atau pembagian keuntungan secara risiko yang dapat di timbulkan dari penyimpanan dana. Apabila telah tercapai kesepakatan, maka hal tersebut harus dicantumkan dalam akad.
- b) Pada tabungan mudharabah, bank dapat memberikan buku tabungan sebagai bukti penyimpanan, serta kartu ATM dan penarikan lainnya kepada penabung. Untuk deposito mudharabah, bank wajib memberikan sertifikat atau tanda penyimpanan (*bilyet*) deposito kepada deposan.
- c) Deposito mudharabah dapat diambil setiap saat oleh penabung sesuai dengan perjanjian yang disepakati, namun tidak diperkenankan mengalami saldo *negative*.

³⁰Kasmir, *Dasar-dasar Perbankan*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2014), hlm. 249.

³¹Otoritas Jasa Keuangan (OJK), 2017, “*Konsep Operasional Perbankan Syariah OJK (Otoritas Jasa Keuangan)*” <https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/tentang-syariah/pages/konsep-operasional-PBS.aspx> , diakses tanggal 17 februari 2023, Pukul 09.20.

- d) Deposito mudharabah hanya dapat dicairkan sesuai dengan jangka waktu yang telah disepakati. Deposito yang diperpanjang, setelah jatuh tempo akan diperlakukan sama seperti deposito baru, tetapi bila pada akad sudah dicantumkan perpanjangan otomatis maka tidak perlu dibuat akad baru.
 - e) Ketentuan-ketentuan lainnya yang berkaitan dengan tabungan dan deposito tetap berlaku sepanjang tidak bertentangan dengan prinsip syariah.
- 2) *Mudharabah muqayyadah* merupakan kebalikan dari *mudharabah muthlaqah* dimana pihak lain dibatasi oleh waktu spesifikasi usaha dan daerah bisnis.³²

Adapun karakteristik jenis simpanan ini adalah sebagai berikut:

- a) Sebagai tanda bukti simpanan bank menerbitkan bukti simpanan khusus. Bank wajib memisahkan dana dari rekening lainnya. Simpanan khusus dicatat pada pos terdiri dari dalam rekening *administrative*.
- b) Dana simpanan khusus harus disalurkan secara langsung kepada pihak yang diamanatkan oleh pemilik dana.
- c) Bank menerima komisi atas jasa mempertemukan kedua pihak. Sedangkan antara pemilik dana dan pelaksana usaha berlaku nibah bagi hasil.

³²*Ibid.*, hlm. 249.

Gambar 2.1
Bagan kerangka Berpikir



3. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap perumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan pernyataan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasari teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empirik.³³

Penelitian yang merumuskan hipotesis adalah penelitian yang menggunakan pendekatan kuantitatif. Pada penelitian kuantitatif, tidak dirumuskan hipotesis, tetapi justru diharapkan dapat ditemukan hipotesis. Selanjutnya hipotesis, tersebut akan diuji oleh peneliti dengan menggunakan pendekatan kuantitatif.³⁴

Berdasarkan penelitian sebelumnya maka Hipotesis penelitian adalah sebagai berikut:

- Ha : Faktor promosi tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam mengajukan pembiayaan mudharabah di PT. Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Bima Soetta 1.
- Ho : Faktor Promosi Berpengaruh Terhadap Nasabah Dalam Mengajukan Pembiayaan Mudharabah di PT. Bank Syariah Indonesia KC. Bima Soetta 1.

³³Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung : Alfabeta, cv, April 2016), hlm. 64.

³⁴*Ibid.*, hlm. 64.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pada penelitian ini pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivisme*, yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/Statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.³⁵

Jenis penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif digunakan untuk mengetahui pengaruh faktor promosi terhadap keputusan nasabah dalam mengajukan pembiayaan *mudharabah* pada PT. Bank Syariah Indonesia KC. Bima Soetta 1.

B. Populasi dan sampel

1) Populasi

Populasi merupakan kumpulan dari keseluruhan pengukuran, objek, atau yang sedang dikaji. Jadi, pengertian populasi dalam statistik tidak terbatas pada sekelompok atau sekumpulan orang-orang, namun mengacu pada seluruh ukuran, hitungan, atau kualitas yang menjadi fokus perhatian suatu kajian. Suatu pengamatan/survey terhadap seluruh anggota populasi disebut *sensus*.³⁶ Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah yang mengajukan pembiayaan mudharabah di Bank Syariah Indonesia KC Bima Soetta 1.

Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah PT. Bank Syariah Indonesia KC Bima Soetta 1 yang berada di Kota Bima yang mengajukan sejumlah 60 nasabah, dimana para nasabah

³⁵Dimas Suhendra Syahri Ramadhan, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Pengambilan Keputusan Nasabah dalam Pembiayaan Murabahah Pada BMT Al-Aqobah Pusri", (*Skripsi*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang, 2017), hlm. 27.

³⁶Harinaldi, "*Prinsip-Prinsip Statistik Untuk Teknik Dan Sains*", (Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama, 2005), hlm. 2.

ini berasal dari berbagai kalangan, dari masyarakat umum dengan berbagai profesi.

2) Sampel

Sampel merupakan sebagian, atau *subset* (himpunan bagian), dari suatu populasi. Populasi dapat berisi data yang besar sekali jumlahnya, yang mengakibatkan tidak mungkin atau sulit dilakukan pengkajian terhadap seluruh data tersebut, sehingga pengkajian dilakukan terhadap sampel saja.³⁷

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *sampling incidental*, yaitu penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan atau incidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Dalam penelitian ini sampel yang digunakan berjumlah 52 responden. Mengingat sampel tersebut cukup memprestasikan populasi. Adapun sampel dalam penelitian ini adalah nasabah PT. Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Bima Soetta 1 yang berada di kota Bima.

Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan rumus metode *Sloving* dengan cara sebagai berikut:

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

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Total Populasi

e = Tingkat Kesalahan

Jumlah total nasabah yang mengajukan keputusan nasabah dalam pembiayaan mudharabah pada Bank Syariah Indonesia KC Bima Soekarno Hatta 1 yang mengajukan pembiayaan mudharabah sebanyak 52 Nasabah, tingkat taraf kesalahan yang digunakan 10% atau (0,1).

³⁷*Ibid.*, hlm. 2.

Maka
 $N = 60$
 $e = 10\%$ atau $0,1$

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

$$n = \frac{60}{1 + 60(0,1)^2}$$

$$n = \frac{60}{1 + 60(0,01)} = 52,17 = 52$$

$$n = \frac{60}{1,15} = 52,17 = 52$$

Dari perhitungan diatas, maka ukuran sampel minimal dalam penelitian ini adalah 52 nasabah yang mengajukan pembiayaan mudharabah pada Bank Syariah Indonesia KC Bima Soetta 1.

C. Waktu dan Tempat Penelitian

Waktu penelitian adalah jadwal lamanya penelitian akan dilakukan sampai pada akhir penelitian. Waktu penelitian selama satu bulan yaitu dilakukan pada bulan Maret 2023.

Tempat Penelitian ini dilakukan di PT. Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Bima Soekarno Hatta 1 yang beralamat di Jln. Soekarno Hatta No. 53-55 Kel. Paruga Kec. Rasanae Barat Kota Bima, Nusa Tenggara Barat.

D. Variabel Penelitian

Variabael dalam penelitian ini dapat dilihat dari objek yaitu variabel yang digunakan ada dua variabel pengamatan antaranya sebagai berikut:

1) Variabel Independen Bebas (*Independet Variabel*)

Variabel indenpenden adalah variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi dan menjadi sebab perubahannya dan

timbul variabel independen. ³⁸Maka dari itu adapun variabel bebas dalam penelitian ini yaitu pengaruh faktor promosi (X).

2) Variabel Dependen (Terikat)

Variabel dependen merupakan variabel yang dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel independen.³⁹ Maka adapun variabel terikat dalam penelitian ini adalah keputusan nasabah dalam mengajukan pembiayaan mudharabah (Y).

Adapun defenisi operasional variabel dalam penelitian ini yaitu:

Tabel 3.1
Definisi Operasional variabel

No	Variabel	Definisi	Indikator
1	Promosi	Promosi merupakan kegiatan <i>marketing mix</i> yang terakhir setelah produk, harga dan tempat serta inilah yang paling sering diidentikkan sebagai aktivitas pemasaran (kasmir, 2005).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dana yang disedia 2. Sifat pasar 3. Sifat produk (kasmir, 2005).
2	Keputusan nasabah	Keputusan nasabah adalah hal sesuatu yang diputuskan konsumen untuk memutuskan pilihan atas tindakan pembelian barang atau jasa atau suatu keputusan setelah memulai beberapa proses (Abdurrahman, 2011).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Faktor individual. 2. Faktor lingkungan 3. Faktor budaya (abdurrahman , 2011).

Sumber: diolah oleh peneliti (2023)

E. Desain Penelitian

Desain penelitian merupakan penelitian korelasi, dimana penelitian korelasi yaitu penelitian yang dilakukan untuk mencari hubungan atau pengaruh satu atau lebih dari variabel independen

³⁸Lie Liana, “Penggunaan MRA Dengan SPSS Untuk Menguji Pengaruh Variabel *Moderating* Terhadap Hubungan Antara Variabel Independen dan Variabel Dependen”, *Jurnal Teknologi Informasi Dinamika*, Vol. XIV, No. 2, Juli 2009, hlm. 91.

³⁹*Ibid.*, hlm. 91.

dengan satu atau lebih variabel dependen.⁴⁰ Dalam penelitian ini bertujuan untuk menemukan apakah ada atau tidaknya pengaruh faktor promosi terhadap keputusan nasabah dalam mengajukan pembiayaan mudharabah pada PT. Bank Syariah Indonesia KC. Bima Soetta 1.

F. Instrumen / Alat dan Bahan Penelitian

Instrument merupakan alat bantu yang digunakan dalam mengumpulkan data. Alat bantu tersebut dapat berupa angket, wawancara, observasi, dan *check list*. Dengan demikian, dalam mengemukakan instrumen penelitian perlu dijelaskan semua alat ukur yang digunakan untuk mengumpulkan data atau untuk mengukur variabel yang akan diteliti.⁴¹ Penerapan skala ada bermacam-macam, sesuai dengan jenis data yang digunakan, misalnya skala *Guttman*, skala *Semantic Differentials*, skala *Bogardus*, dan skala *Thurstone, likert*.⁴²

Pada penelitian ini peneliti menggunakan skala *Likert*. Skala *Likert* yaitu skala yang bisa digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, persepsi seseorang tentang suatu objek atau fenomena tersebut. Bentuk jawaban skala *Likert* terdiri dari sangat setuju (5), setuju (4), kurang setuju (3), tidak setuju (2), dan sangat tidak setuju (1).⁴³

G. Teknik Pengumpulan Data / Prosedur Penelitian

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan penelitian lapangan. Penelitian lapangan adalah penelitian yang dilakukan secara langsung dengan cara sebagai berikut:

1. Angket (Kuesioner)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

⁴⁰Suryani dan Hendryadi, *Metode Riset Kuantitatif...*, hlm. 119.

⁴¹Pedoman penulisan Skripsi, Universitas Islam Negeri Mataram, 2022, hlm. 35-

36.

⁴²Pedoman penulisan Skripsi, Universitas Islam Negeri Mataram, 2022, hlm. 29-

30.

⁴³*Ibid.*, hlm. 30.

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Selain itu, kuesioner juga cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas. Kuesioner dapat berupa pertanyaan/ Pernyataan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos, atau internet.⁴⁴

Dalam penelitian ini data yang dikumpulkan dengan cara memberikan kuesioner langsung sesuai dengan kesediaan nasabah (responden). Kuesioner disusun dengan berupa pertanyaan yang sesuai dengan variabel penelitian, kuesioner merupakan hasil dari studi pendahuluan yang dilakukan melalui literatur berupa artikel-artikel yang relevan dengan masalah penelitian ini.

2. Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data dengan melakukan pengamatan secara langsung pada penelitian.⁴⁵ Penelitian ini akan dilakukan secara langsung pada lokasi penelitian di Bank Syariah Indonesia KC Bima Soetta 1.

3. Dokumentasi

Dalam penelitian ini juga menggunakan metode dokumentasi. Metode dokumentasi yaitu mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku-buku, surat kabar, majalah, notulen rapat, prasasti, lengger dan lain sebagainya. Dibandingkan dengan metode-metode lainnya, maka metode ini agar tidak begitu sulit, dalam artian apabila ada kekeliruan sumber datanya masih tetap, belum berubah. Dengan metode dokumentasi yang diamati bukan benda hidup tetapi benda mati. Seperti telah dijelaskan, dalam menggunakan metode dokumentasi ini penelitian

⁴⁴Prof. Dr. Sugiyono, "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D", (Bandung: Alfabeta, cv, April 2016), hlm. 142.

⁴⁵Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, Bandung: Alfabeta, 2012, Hlm.87.

memegang *chek-list* untuk mencari variabel yang sudah ditentukan.⁴⁶

H. Teknik Analisis Data

Pada penelitian kuantitatif kegiatan analisis datanya meliputi pengolahan data atau penyajian data, melakukan perhitungan untuk mendiskripsikan data serta melakukan pengujian hipotesis dengan menggunakan uji statistik melalui program SPSS versi 26.⁴⁷

Adapun pengujian yang akan dilakukan yaitu, sebagai berikut:

a) Uji Validitas dan Reliabilitas

1) Uji Validitas

Validitas adalah sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurannya. Dalam literature yang lain disebutkan bahwa validitas dari suatu perangkat tes dapat diartikan kemampuan suatu tes untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Validitas instrumen mempermasalahkan sejauh mana pengukuran tepat dalam mengukur apa yang hendak diukur, instrumen dikatakan valid saat dapat diungkap data dari variabel secara tepat tidak menyimpang dari keadaan yang sebenarnya.⁴⁸

2) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas ialah untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama pula. Ujian reliabilitas alat ukur dapat dilakukan secara eksternal maupun internal. Secara eksternal, pengujian dapat dilakukan *test-retest*, *equivalent*, dan gabungan ke duanya.

⁴⁶Sandu Siyoto, dan M. Ali Sodik, "*Dasar Metodologi Penelitian*", (Yogyakarta: Literasi Media Publisni 2015), hlm. 77-78.

⁴⁷Syofian Siregar, *Staktistik Parametri...*, hlm. 125.

⁴⁸Ovan dan Andika Saputra, "*Aplikasi Uji Validitas dan Reliabilitas Intrumen Penelitian Berbasis Web*" , (Sulawesi Selatan: Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia, November 2020), hlm. 2-3.

Secara internal, reliabilitas alat ukur dapat diuji dengan butir yang ada pada instrumen dengan teknik tertentu.⁴⁹

b) Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi, nilai residu dan regresi mempunyai distribusi yang normal atau tidak. Data dikatakan berdistribusi normal jika nilai signifikansinya >0.05 sebaliknya jika nilai signifikansinya <0.05 maka sebarannya dinyatakan tidak normal⁵⁰

2) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dan residual satu pengamatan dengan pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Jika nilai signifikan hitungan kurang dari alpha 5%, maka dapat disimpulkan bahwa model regresinya terjadi heteroskedastisitas.

3) Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Uji ini biasanya digunakan sebagai persyaratan dalam analisis korelasi atau regresi linier. Uji linearitas adalah suatu prosedur yang digunakan untuk mengetahui status linier atau tidaknya suatu distribusi dan penelitian. Hasil yang diperoleh melalui uji linearitas akan menentukan teknik-teknik analisis yang digunakan bisa digunakan atau tidak. Apabila hasil uji linearitas didapatkan kesimpulan bahwa distribusi data penelitian dikategorikan linier maka data penelitian dapat digunakan dengan model-

⁴⁹Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*, (Jakarta: PT Interpratama Mandiri, 2013), hlm. 55.

⁵⁰Widodo, *Metode Penelitian Populer & Pratis*, (Jakarta: Rajawali Pers 2017), hlm. 111.

metode-metode yang ditentukan (misalnya analisis regresi linear).

c) Uji Hipotesis

Dalam penelitian ini uji hipotesis di uji dengan menggunakan model analisis regresi linear sederhana. Uji analisis regresi linear sederhana merupakan pengujian terhadap data yang terdiri dari dua variabel variabel independen dan variabel dependen, yang dimana variabel tersebut bersifat kausal (pengaruh).⁵¹

Adapun rumus yang dipakai dan disesuaikan dengan jumlah variabel yang diteliti:

$$Y = a + bX + e$$

Y : Keputusan dalam mengajukan pembiayaan Mudharabah (Variabel Dependen).

X : Promosi (Variabel Independen)

a : kostantan persamaan Regresi (nilai rata-rata pada variabel Y apabila nilai pada variabel X bernilai 0.

b : koefisien regresi yang menunjukkan peningkatan atau penurunan variabel dependen. Apabila positif maka naik, dan apabila minus maka turun.

+ : Menunjukkan Hubungan satu arah bahwa jika variabel X eningkat maka variabel Y juga meningkat. Dengan demikian sebaliknya jika variabel X menurun maka variabel Y menurun.

e : Error term (Selisih antara nilai duga dengan nilai pengamatan sebenarnya).

⁵¹ Sigit Suyantoro, *Mengelolah Data Hasil Penelitian Menggunakan SPSS*, (Yogyakarta: Wahana Komputer Semarang, 2014), hlm. 124.

d) Uji Parsial (Uji-t)

Uji-t digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel bebas secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.⁵² Pada dasarnya menentukan seberapa jauh pengaruh variabel independen atau individual dalam menerangkan variasi variabel independen.

e) Uji Determinasi (R²)

Dalam determinasi (R²) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 dan 1. Nilai R² yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel bebas (independent) dalam menjelaskan variasi variabel terikat (dependent) amat bebas.⁵³



Perpustakaan UIN Mataram

⁵²Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*, (Semarang: Universitas Ponorogo, 2011), hlm. 98.

⁵³Makhdaleva Hanura Tajudin dan Ade Sofya Mulazid, "Pengaruh Promosi, Kepercayaan Dan Kesedaran Merek Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Haji (Mabrur) Bank Syariah Mandiri KCP. Sawangan Kota Depok", *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. 8, No. 1, Januari-Juni 2017, hlm. 30.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Sejarah Berdirinya Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Bima Soekarno Hatta 1

Bank BNI Syariah yang berkantor di jalan Soekarno Hatta, Kecamatan Rasa Na'e Barat, Kelurahan Pane, Kota Bima. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Bima dibuka pada 1 Juni 2014 dengan jumlah karyawan 20 orang dan jumlah nasabah 90 orang, yang memiliki kaantor cabang Bank BNI Syariah dari beberapa Kabupaten yaitu, Unit Sape, Unit Dompu, Unit Sumbawa dan Unit Bima.⁵⁴

Pembukaan cabang Bank BNI Syariah di Bima diharapkan bisa menjadi Bank Syariah yang dipercaya oleh masyarakat dan menjadi solusi bagi masyarakat yang mengharapkan transaksi dan muamalah secara syariah khususnya pada area Kabupaten dan Kota Bima. Masyarakat percaya menyimpan dana di Bank BNI Syariah dan juga menyalurkan dana tersebut kepada masyarakat dalam pembiayaan dan kemitraan. Dari hal tersebut Bank BNI Syariah Kantor Cabang Bima yang ikut serta dalam membangun dan memberdayakan masyarakat khususnya bagi masyarakat Bima dan sekitarnya.⁵⁵

Pada tanggal 1 Februari yang bertepatan pada 19 Jumaidin Akhir 1442 H menjadi penanda bergabungnya tiga unit Bank Syariah Mandiri, BRI Syariah, dan BNI Syariah menjadi entitas yaitu Bank Syariah Indonesia (BSI). Penggabungan ini akan menyatukan kelebihan dari tiga Bank Syariah sehingga menghadirkan layanan yang lengkap, jangkauan lebih luas, serta memiliki kapasitas permodalan yang lebih luas. Didukung dari sinergi dengan perusahaan induk (Mandiri, BNI, dan BRI) serta komitmen pemerintah melalui kementerian BUMN, Bank

⁵⁴Andry Faryan (*Micro Relationship Manager*), wawancara, Bima Soekarno Hatta 1, senin, 13 Maret 2023.

⁵⁵*Ibid.*

Syariah Indonesia didorong untuk bersaing di tingkat global. Penggabungan ketiga Bank Syariah tersebut merupakan ikhtiar untuk melahirkan bank syariah kebanggaan umat, yang diharapkan menjadi energi baru pembangunan ekonomi nasional serta berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat luas.⁵⁶

Keberadaan Bank Syariah Indonesia juga menjadi cerminan wajah perbankan syariah di Indonesia yang modern, universitas, dan memberikan kebaikan bagi segenap alam (Rahmatan Lil'Aalamiin).

2. Bentuk-bentuk atau Model Promosi Di Bank Syariah Indonesia

Media promosi merupakan kegiatan mengkomunikasikan dan memperkenalkan produk yang dilakukan oleh perusahaan pada target pemasaran. Ada beberapa bentuk promosi yang disebarkan di kalangan masyarakat yaitu: Iklan, Penjualan pribadi, promosi penjualan, hubungan masyarakat, dan alat-alat pemasaran langsung digunakan perusahaan untuk mencapai tujuan iklan dan pemasaran.⁵⁷

Adapun bentuk-bentuk promosi dapat berupa media cetak seperti Koran, media elektronik seperti televisi, dan dapat juga berupa informasi yang disampaikan melalui internet. Dalam kegiatan promosi biasanya bank melakukan sarana promosi, salah satunya yaitu :

- a) Periklanan merupakan sarana promosi yang digunakan oleh bank dengan tujuan untuk membangun kesadaran terhadap beberapa produk atau jasa yang diwarakan oleh bank, menambah pengetahuan masyarakat untuk menggunakan produk jasa yang ditawarkan serta untuk membedakan bank satu dengan bank yang lain. Media periklanan yang dapat

⁵⁶BSI, "Sejarah Perusahaan", dalam http://ir.bankbsi.co.id/coprate_history.html. Diakses pada tanggal 20 April 2023, pukul 09.30.

⁵⁷Danie Ortega dan Anas Alhifni, " Pengaruh Media Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Masyarakat Di Bank Syariah", (*Jurnal Ekonomi Syaria*, Vol 5, Nomor 1, 2017), hlm. 89.

digubakan, seperti pemasangan *billboard* di jalan-jalan dan tempat-tempat strategi, ada juga dengan yang mencetak brosur yang disebar di setiap cabang atau pasar pembelanjaan, pemasangan spanduk, bisa juga melalui Koran, majalah, radio, televisi dan media lainnya.

- b) Promosi penjualan (sales promotion) merupakan kegiatan yang bertujuan untuk meningkatkan arus produk atau jasa dari produsen sampai hingga akhir, misalnya, promosi penjualan terdiri dari brosur, information sheets dan sebagainya.
- c) Publisitas merupakan kegiatan promosi yang dilakukan untuk memancing atau menarik nasabah melalui kegiatan seperti pameran, perlombaan cerdas cermar, bakti social, kuis serta kegiatan lainnya yang diadakan melalui media.

3. Letak Geografis Lokasi Tempat Penelitian

Secara geografis letak Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Bima Soekarno Hatta 1 berada di jalan No. 53-55 Kecamatan Rsa Na'e Barat, Kelurahan Pane, Kota Bima yang berada di antara tengah-tengah pusat Kota Bima dan berada di pinggir jalan. Letak geografis kantor ini sangat strategis karena lokasinya di pinggir jalan raya. Serta berdekatan dengan toko-toko besar sehingga mempermudah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Bima Soekarno Hatta 1 untuk menarik minat masyarakat untuk melakukan simpan pinjam dan mempermudah masyarakat dalam menjalankan operasional.

4. Visi dan Misi Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Bima Soekarno Hatta 1.

a) Visi

“Menciptakan Bank Syariah Menjadi Top 10 *Global Islamic Bank* menurut kapitalisasi pasar secara global dalam waktu 5 tahun kedepan”.

b) Misi

- 1) Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia.
- 2) Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham.
- 3) Menyesuaikan produk dan layanan kepada masyarakat dengan mengedepankan etika yang sesuai dengan prinsip syariah.
- 4) Meningkatkan kualitas produk dan layanan berbasis teknologi yang melampaui harapan nasabah.
- 5) Mengembangkan talenta dan menciptakan wahana terbaik sebagai tempat kebanggaan untuk berkarya dan berprestasi sebagai perwujudan ibadah.⁵⁸

5. Nasabah yang mengajukan pembiayaan Mudharabah Selama 3 Tahun Terakhir

Adapun jumlah nasabah yang mengajukan pembiayaan mudharabah pada Bank Syariah Indonesia KC Bima Soetta 1. Berikut nasabah yang mengajukan pembiayaan mudharabah pada Bank Syariah Indonesia KC Bima Soetta 1 selama 3 tahun terakhir.

Tabel 4.1

Nasabah yang mengajukan pembiayaan Mudharabah Selama 3 Tahun Terakhir

Tahun	Jumlah Nasabah yang Mengajukan Pembiayaan Mudharabah
2020	185.294
2021	778.672
2022	274.200

Sumber: Bank Syariah Indonesia KC Bima Soetta 1

Pada Tabel 4.1 nasabah yang mengajukan pembiayaan mudharabah pada tahun 2020 sebanyak 185.294 nasabah, pada tahun 2021 sebanyak 778.672 nasabah. Dan pada tahun

⁵⁸*Ibid.*

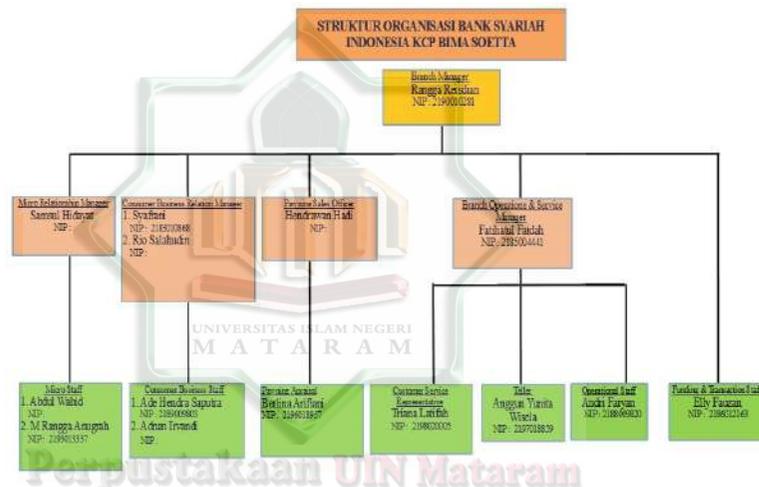
2022 sebanyak 274.200 nasabah yang mengajukan pembiayaan mudharabah pada Bank Syariah Indonesia KC Bima Soetta 1 selam 3 tahun terakhir.

6. Struktur Organisasi

Struktur organisasi Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Bima Soekarno Hatta 1 adalah sebagai berikut:

Gambar 4.1

Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Bima Soekarno Hatta 1 Piode 2023



7. Produk-Produk Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Bima Soekarno Hatta 1

Adapun beberapa produk pada Bank Syariah Indonesia KC Bima Soetta 1 adalah sebagai berikut:⁵⁹

a. Produk Pendanaan (simpanan)

Produk-produk simpanan yang terdapat di bank syariah indonesia yang dikelompokan dari tiga jenis yaitu, tabungan, giro, dan deposito. Adapun beberapan produk

⁵⁹Bank Syariah Indonesia, “Produk dan Layanan”, dalam <https://www.banknbsi.co.id>, diakses pada tanggal 20 April 2023, pukul 21.00.

pendanaan (simpanan) pada Bank Syariah Indonesia adalah sebagai berikut:

- 1) Bank Syariah Indonesia Easy Wadi'ah
- 2) Bank Syariah Indonesia Easy Mudharabah
- 3) Bank Syariah Indonesia Tabungan Bisnis
- 4) Bank Syariah Indonesia Tabungan Haji Indonesia
- 5) Bank Syariah Indonesia Tabungan Payroll
- 6) Bank Syariah Indonesia Junior
- 7) Bank Syariah Indonesia Tabungan Pendidikan
- 8) Bank Syariah Indonesia Tabungan Berencana
- 9) Bank Syariah Indonesia Tabungan Mahasiswa
- 10) Bank Syariah Indonesia Tabungan Pensiun
- 11) Bank Syariah Indonesia Tabungan Sempel IB
- 12) Bank Syariah Indonesia Tabunganku
- 13) Bank Syariah Indonesia Giro
- 14) Bank Syariah Indonesia Deposito

b. Produk Pembiayaan

Produk pembiayaan yang dapat diakses oleh masyarakat apabila ingin mengajukan pembiayaan pada Bank Syariah Indonesia adalah sebagai berikut:

- 1) Bank Syariah Indonesia KUR Supermikro
- 2) Bank Syariah Indonesia KUR mikro
- 3) Bank Syariah Indonesia KUR kecil
- 4) Bank Syariah Indonesia Oto

c. Produk dan Jasa Bank Syariah Indonesia

Merupakan jasa perbankan yang dapat diakses oleh masyarakat apabila telah menjadi nasabah pada Bank Syariah Indonesia yaitu sebagai berikut:

- 1) Konsep atau Akad
 - a) Wadi'ah
 - b) Mudharabah
 - c) Murabahah
 - d) Ijarah
 - e) Musyarakah
 - f) Rahn
 - g) Salam

- h) Qardh
- i) Istishna
- 2) Jasa
 - a) Bank Syariah Indonesia Mobile
 - b) Bank Syariah Indonesia Internet Banking
 - c) Bank Syariah Indonesia Debit
 - d) Bank Syariah Indonesia Sentra Bayar
 - e) Bank Syariah Indonesia L/C
 - f) Bank Syariah Indonesia Elektronik Payroll
 - g) Jual beli Valuta Asing
 - h) Bank GaransiWester Union⁶⁰

B. Hasil Penelitian

Pengumpulan data penelitian dilakukan melalui penyebaran angket secara *offline*. Penyebaran angket tersebut dilakukan kepada 52 responden atau nasabah yang memberikan keputusan dalam mengajukan Pembiayaan Mudharabah di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Bima Soekarno Hatta 1.

1. Karakteristik Responden pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Bima Soekarno Hatta 1

Karakteristik responden tersebut dapat dikategorikan berdasarkan jenis kelamin, umur dan pekerjaan. Adapun penjelasannya sebagai berikut:

- a) Berdasarkan Jenis Kelamin

Data jenis kelamin berdasarkan data primer yang telah diolah dapat dilihat dalam tabel sebagai berikut:

⁶⁰*Ibid.*

Tabel 4.2

Karakteristik Responden BSI KC Bima Soekarno Hatta 1 Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
1	Perempuan	29	29,0%
2	Laki-laki	23	23,0%

Sumber: Hasil olah data SPSS April 2023

Berdasarkan tabel 4.2 hasil pengisian kuesioner dengan jumlah 52 responden dengan masing-masing frekuensi dimana dapat diketahui jumlah responden terbanyak terdapat pada responden perempuan sebanyak 29 frekuensi atau jumlah presentase sebanyak 29,0% dan untuk laki-laki dengan jumlah frekuensi 23 dengan jumlah presentase 23, 0%.

b) Berdasarkan Umur

Data umur berdasarkan data primer yang telah diolah dapat dilihat dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 4.3

Karakteristik Responden Bank Syariah Indonesia KC Bima Soekarno Hatta 1 berdasarkan umur

No	Rentangan Umur	Frekuensi	Presentase
1	15-29	40	40,0%
2	30-39	4	4,0%
3	40-49	5	5,0%
4	50-60	3	3,0%

Sumber: Hasil olah data SPSS April 2023

Berdasarkan tabel 4.3 diketahui bahwa berdasarkan umur responden Bank Syariah Indonesia KC Bima Soetta 1

terdapat 4 kategori rentangan umur. Pertama, rentang umur 15-29 tahun dengan jumlah frekuensi 40. Kedua, rentangan umur 30-39 tahun dengan jumlah frekuensi 4. Ketiga, rentangan umur 40-49 tahun dengan jumlah frekuensi 5. Dan yang empat, rentangan umur 50-60 tahun dengan jumlah frekuensi 3.

c) Berdasarkan Pekerjaan

Data pekerjaan berdasarkan data primer yang telah diolah dapat dilihat dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 4.4

Karakteristik Responden Bank Syariah Indonesia KC Bima Soetta 1 Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Frekuensi	Presentase
1	Pegawai Swasta	6	6,0%
2	Pelajar/Mahasiwa	28	28,0%
3	PNS	2	2,0%
4	Lainnya	3	3,0%
5	Wirausaha	0	0,0%
6	IRT	7	7,0%
7	Petani	6	6,0%

Sumber: Hasil olah data SPSS April 2023

Pada tabel 4.4 bahwa berdasarkan pekerjaan responden Bank Syariah Indonesia KC Bima Soetta 1 terdapat 7 kategori pekerjaan yang mengisi kuesioner dengan jumlah sampel 52 responden. Pertama, Pegawai Swasta dengan jumlah frekuensi sebanyak 6. Kedua, Pelajar/Mahasiswa dengan jumlah frekuensi 28. Ketiga, PNS dengan jumlah frekuensi 2. Keempat, Lainnya dengan jumlah frekuensi 3. Kelima, Wirausaha dengan jumlah

frekuensi 0. Keenam, IRT dengan jumlah frekuensi 7. Dan yang ketujuh, Petani dengan jumlah frekuensi 6.

2. Hasil Pengujian Data

a) Uji Validitas

Berikut ini merupakan hasil uji kevaliditasan kuesioner yang disebar dan diisi oleh responden nasabah Bank Syariah Indonesia KC Bima Soetta 1. Dimana suatu bisa dikatakan valid apabila nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} dengan jumlah item pertanyaan sebanyak 14.

1) Promosi (X)

Tabel 4.5

Hasil Uji Validitas Promosi (X)

No	Item	Sig (2-tailed)	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	X1	0,000	0,834	0,230	Valid
2	X2	0,000	0,388	0,230	Valid
3	X3	0,000	0,281	0,230	Valid
4	X4	0,000	0,398	0,230	Valid
5	X5	0,000	0,817	0,230	Valid
6	X6	0,000	0,245	0,230	Valid
7	X7	0,000	0,828	0,230	Valid

Sumber: Hasil olah data SPSS April 2023

Berdasarkan tabel 4.5 bisa dilihat bahwa setiap pertanyaan dari kuesioner yang diisi oleh nasabah atau responden Bank Syariah Indonesia KC Bima Soetta 1 menghasilkan kuesioner korelasi r_{hitung} yang lebih besar dari r_{tabel} . Dan hal itu juga diketahui karena nilai signifikansi (*Sig. 2-tailed*) 0,000 kurang dari 0,05. Dengan demikian,

instrument penelitian yang berjumlah 7 pernyataannya adalah valid.

2) Keputusan Nasabah (Y)

Tabel 4.6

Hasil Uji Validitas Keputusan Nasabah (Y)

No	Item	Sig (2-tailed)	Rhitung	Rtabel	Keterangan
1	Y1	0,000	0,695	0,230	Valid
2	Y2	0,000	0,357	0,230	Valid
3	Y3	0,000	0,716	0,230	Valid
4	Y4	0,000	0, 678	0,230	Valid
5	Y5	0,000	0,315	0,230	Valid
6	Y6	0,000	0,330	0,230	Valid
7	Y7	0,000	0, 298	0,230	Valid

Sumber: Hasil olah data SPSS April 2023

Berdasarkan tabel 4.6 bisa dilihat bahwa setiap pernyataan dari kuesioner yang diisi oleh nasabah atau responden pada Bank Syariah Indonesia KC Bima Soetta 1 menghasilkan kuesioner korelasi rtabel. Hal ini juga diketahui signifikan (*Sig.-tailed*) 0,000 kurang dari 0,05. Dengan demikian, instrumen penelitian yang berjumlah 7 pernyataan untuk keputusan nasabah (Y) dinilai semua pernyataannya adalah valid.

b) Uji Reliabilitas

Hasil uji reliabilitas untuk item pernyataan kuesioner yang diisi oleh nasabah atau responden Bank Syariah Indonesia KC Bima Soetta 1 sebagai berikut:

Tabel 4.7

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Promosi (X) dan Keputusan Nasabah (Y)

Reliability Statistics

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.622	14

Sumber: Hasil olah data SPSS April 2023

Berdasarkan tabel 4.7 dari hasil uji *Reliability Statistics* diperoleh angka *Cronbach's Alpha* sebesar 0,622 yang berarti lebih besar dari 0,6. dari data tersebut maka butir pernyataan tersebut dapat dinyatakan reliabel.

c) Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Pengujian normalitas bertujuan untuk melihat apakah suatu data terdistribusi normal atau tidak uji normalitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan uji *Kolmogorov-smirnov* *tast*. Dapat dikatakan terdistribusi normal apabila nilai signifikansi dari pengujian *Kolmogorov-smirnov* *tast* >0.05 (5%). Data dari hasil pengujian dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.8
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		52
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.26733031
Most Extreme Differences	Absolute	.081
	Positive	.050
	Negative	-.081
Test Statistic		.081
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		

Sumber: data *Primer* yang diolah SPSS (2023)

Dari data tabel 4.8 tersebut dapat dilihat bahwa uji normalitas dengan menggunakan *Kolmogorov-smirnov test* hanya dengan melihat nilai Asymp. Sig. (2-tailed) pada output spss. Bahwa data Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar $0.200 > 0.05$ sehingga data tersebut dapat dikatakan terdistribusi normal.

2) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan variabel dari residuan atau pengamatan ke pengamatan lain. Untuk melihat ada atau tidaknya gejala heteroskedastisitas dalam model regresi maka dilakukan menggunakan analisis statistik metode glejse. Dibawah ini merupakan tabel 4.9.

Tabel 4.9

Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Metode Glejse

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.228	2.085		1.548	.128
	Promosi	-.022	.073	-.042	-.294	.770

a. Dependent Variable: RES2

Sumber: data primer yang diolah SPSS 2023

Dari keterangan diatas dapat diketahui bahwa semua variabel memiliki signifikansi lebih besar dari 0.05 yaitu variabel promosi (x) mempunyai nilai signifikansi sebesar $0.770 > 0.05$. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa model regresi tidak terjadi heteroskedasitas.

3) Uji Linearitas

Uji linearitas regresi dilakukan untuk mengukur derajat keeratan hubungan, serta meramalkan besarnya arah hubungan itu, serta meramalkan besarnya variabel dependen jika nilai variabel independen diketahui. Dalam hal ini variabel yang akan diuji yaitu promosi (x) dan keputusan nasabah (y).

Tabel 4.10
Uji Linearitas

ANOVA Table							
			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan Nasabah * Promosi	Between Groups	(Combined)	256.097	12	21.341	2.161	.035
		Linearity	96.783	1	96.783	9.801	.003
		Deviation from Linearity	159.314	11	14.483	1.467	.184
	Within Groups		385.133	39	9.875		
	Total		641.231	51			

Sumber: Hasil olah data SPSS April 2023

Berdasarkan tabel 4.10, maka diperoleh *sign* adalah 0.184 berarti dalam hal *sign* lebih besar dari α ($0.184 > 0.05$), sehingga dapat diketahui bahwa antara promosi dengan keputusan nasabah memiliki hubungan yang linear atau berpola linear.

d) Hasil Uji Hipotesis (Uji t)

Untuk mengetahui besarnya pengaruh satu variabel independen (Promosi) terhadap satu variabel dependen (Keputusan Nasabah) bisa dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 4.11

Hasil Uji T

Variabel	T	Sig.	Nilai Keuntungan Sig	Keputusan
Promosi (X)	2.981	.000	0.05	H _a diterima

Sumber: Hasil olah data SPSS April2023

Berdasarkan tabel 4.11 bisa diperoleh dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 2.981 > t_{tabel} 1,676$. Maka hal ini berarti H_a diterima dengan kata lain bahwa variabel promosi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah.

e) Analisis Regresi Linear Sederhana

Pada penelitian ini model regresi linear sederhana digunakan untuk menyatakan hubungan antara variabel bebas (Y) dan variabel terikat (X). berdasarkan hasil yang sudah diolah terdapat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.12

Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	17.251	3.558		4.849	.000
	Promosi	.373	.125	.389	2.981	.004

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

Sumber : data primer yang diolah SPSS 2023

Rumus : $Y=a+bx$

Keputusan nasabah Bank Syariah Indonesia KC Bima Soetta 1 yaitu = $17.251+373$ promosi.

Uji regresi linear sederhana adalah regresi yang hanya melibatkan dua variabel yaitu promosi (X) dan variabel keputusan nasabah (Y). Persamaan regresi linear sederhana tersebut bisa diinterpretasikan sebagai berikut:

- 1) Nilai konstantanya positif sebesar 17.251 menunjukkan pengaruh positif variabel promosi. Jika variabel promosi tinggi maka variabel keputusan nasabah akan tinggi pula. Hal ini menunjukkan bahwa setiap promosi akan menyebabkan meningkatnya keputusan nasabah di Bank Syariah Indonesia KC Bima Soetta 1.
- 2) Nilai koefisien regresi variabel keputusan nasabah memiliki nilai positif adalah 0.373 yang artinya semakin baik keputusan nasabah maka akan semakin positif dan baik juga dengan promosi untuk memilih keputusan nasabah di Bank Syariah Indonesia KC Bima Soetta 1.

f) Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk menghitung besarnya variabel independen (Promosi) terhadap besarnya variabel dependen (Keputusan Nasabah). Dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.13
Hasil Uji Determinasi (R²)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.389 ^a	.151	.134	3.29984

Sumber: Hasil olah data SPSS April 2023

Pada tabel 4.13 bisa dilihat bahwa besarnya (R) square (R²) yaitu 0.151, dengan rumus adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 \text{KD} &= R^2 \times 100\% \\
 &= (0.389)^2 \times 100\% \\
 &= 0.151 \times 100\% \\
 &= 15.1\%
 \end{aligned}$$

Hasil ini menunjukkan bahwa 15.1% nilai keputusan nasabah dipengaruhi oleh promosi. Sedangkan sisanya sebesar 84.9% nilai keputusan nasabah dipengaruhi atau dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

C. Pembahasan Penelitian

1. Promosi menjadi faktor penting dalam mempengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan suatu produk. Pengaruh promosi yang bagus dan dengan intensitas yang tinggi akan menjadikan konsumen akan mengenal dan ada rasa penasaran terhadap produk yang dipromosikan. Promosi sendiri merupakan sarana untuk membangun kepercayaan dan penilaian konsumen terhadap produk, yaitu dengan membina hubungan yang erat antara produsen dengan konsumen melalui

pendekatan strategi promosi yang tepat. Tujuan dari promosi ialah untuk menginformasikan segala jenis produk yang akan ditawarkan dan bertujuan untuk menarik lebih banyak konsumen baru.

Dalam menggunakan promosi melalui iklan perlu menggunakan sarana media, dalam menggunakan media ini perlu dilakukan dengan berbagai pertimbangan. Adapun penggunaan media yang dipakai sebagai sarana pemasangan iklan adalah sebagai berikut yaitu: (1). Jangkauan media yang akan digunakan termasuk jumlah yang akan diterbitkan. (2). Saranan atau konsumen yang akan dituju. (3). Biaya yang akan dikeluarkan, biaya pemasangan iklan di media yang akan dituju.

2. Adapun Keputusan nasabah merupakan efek akhir dari suatu pembeli yang diartikan sebagai suatu sikap dan niat untuk berperilaku dimasa depan dan melalui hal-hal seperti, komitmen untuk membeli produk dari perusahaan jika membutuhkan produk lainnya, komitmen untuk memberikan rekomendasi pada orang lain, niat untuk menambah jumlah tabungan, atau keinginan memberikan hal-hal positif pada perusahaan.
3. Pembiayaan mudharabah merupakan akad kerjasama antara dua belah pihak pada Bank Syariah (*Shahibul Mall*) dan pihak pengusaha (*mudharub*), dimana bank (Pihak Pertama) memberikan seluruh atau semua dana dan pengusaha (Pihak Kedua) bertindak sebagai selaku pengelolah. Keuntungan akan dibagi sesuai akad dan kesepakatan diantara kedua belah pihak. Dan kerugian hanya ditanggung oleh pemilik dana tersebut.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan kepada 52 responden Bank Syariah Indonesia KC Bima Soetta 1. Pada hasil uji validitas yang dilakukan dapat diketahui bahwa semua item pernyataan kuesioner sebanyak 14 item adalah valid. Adapun nilai hasil uji validitas yaitu $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,230) dari 52 responden.

Dalam pengujian reliabilitas diketahui bahwa variabel Y (keputusan nasabah) memiliki nilai *cronbach alpha* 0. 622 > 0.6.

maka dapat dikatakan bahwa total 14 item pernyataan adalah reliabel.

Berdasarkan pada hasil uji normalitas yang dilakukan dan diketahui nilai signifikan yang didapatkan adalah $0.200 > 0.05$ sehingga data tersebut dapat dikatakan terdistribusi normal.

Dari hasil uji t dapat dilihat dari nilai t hitung lebih besar dari pada nilai t tabel yaitu $2.981 > 1.676$ dan nilai signifikan lebih kecil dari 5% diterima yang berarti promosi yang digunakan sangat berpengaruh secara persial terhadap keputusan nasabah dalam mengajukan pembiayaan mudharabah. Oleh sebab itu, pembiayaan mudharabah menjadi salah satu faktor penting yang mempengaruhi peningkatan keputusan nasabah. Hasil uji R didapatkan sebesar 0.151 menunjukkan bahwa kontribusi variabel dependen mempengaruhi atau menjelaskan variabel dependen sebesar 15.1%, sedangkan sisanya yaitu 17.2% dijelaskan atau dipengaruhi oleh faktor-faktor lain dari penelitian ini.

Berdasarkan hasil nilai yang dikaji, dapat ditemukan bahwa promosi berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam mengajukan pembiayaan mudharabah dimana nasabah mendapatkan manfaat dan merasa puas dalam mendapatkan produk yang diinginkan.

Dimana Pada penelitian ini sejalan dengan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fachrizal Lubis yang berjudul faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah memilih pembiayaan mudharabah pada BPRS Gebu Prima Medan. Dalam penelitian yang dilakukannya membahas tentang adanya faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah memilih pembiayaan mudharabah. Dari hasil uji menunjukkan bahwa faktor eksternal (X) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembiayaan mudharabah (Y), dari hasil uji yang diperoleh didapatkan bahwa variabel (X) berpengaruh positif dan signifikan sebesar 26.4% terhadap keputusan nasabah dipengaruhi oleh faktor internal dan faktor eksternal sedangkan sisanya 73.6% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti oleh peneliti.

Promosi adalah suatu faktor yang cukup penting dalam perusahaan dan oleh karena itu apabila promosi dilaksanakan dengan tepat maka akan dapat meningkatkan penjualan. Dikarenakan semakin tingginya tingkat promosi maka akan semakin meningkatkan keputusan nasabah karena kepercayaan nasabah akan semakin meningkat.



Perpustakaan UIN Mataram

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa faktor promosi berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam mengajukan pembiayaan mudharabah pada PT. Bank Syariah Indonesia KC Bima Soetta 1. Dapat diartikan, Promosi adalah suatu faktor yang cukup penting dalam perusahaan dan oleh karena itu apabila promosi dilaksanakan dengan tepat maka akan dapat meningkatkan penjualan. Dikarenakan semakin tingginya tingkat promosi maka akan semakin meningkatkan keputusan nasabah karena kepercayaan nasabah akan semakin meningkat pula pada Bank Syariah Indonesia KC Bima Soetta 1.

Hasil dari uji t menunjukkan bahwa variabel promosi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan nasabah pada PT Bank Syariah Indonesia KC Bima Soetta 1 dapat dilihat dari promosi (X) dengan tingkat nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 2,981 > t_{tabel} 1,676$ dinyatakan memenuhi syarat menjadi variabel pendukung terhadap keputusan nasabah (Y), dan nilai koefisien Determinasi (R^2) sebesar 151% menunjukkan nilai keputusan nasabah dipengaruhi oleh promosi terhadap keputusan nasabah dalam mengajukan pembiayaan mudharabah sedangkan sisanya 17,2% nilai promosi dipengaruhi oleh faktor lainnya tersebut juga sangat mempengaruhi terhadap keputusan nasabah.

Jadi, dari hasil pengujian dan analisis data yang dilakukan peneliti, menunjukkan bahwa promosi merupakan salah satu faktor penting yang dapat mempengaruhi keputusan nasabah dalam mengajukan pembiayaan mudharabah pada PT Bank Syariah Indonesia KC Bima Soetta 1.

B. Saran

1. Bagi Bank Syariah Indonesia KC Bima Soetta 1, semoga hasil penelitian ini, dapat dijadikan acuan, masukan dan bahan untuk memberikan informasi tentang pembiayaan mudharabah karena pada kenyataanya pembiayaan mudharabah merupakan pembiayaan syariah sesungguhnya dengan saling bantu membantu.
2. Bagi FEBI UIN Mataram, diharapkan penelitian ini bisa dijadikan tambahan referensi atau literatur pustaka guna pembangunan ilmu perbankan syariah dalam pembiayaan mudharabah.
3. Bagi peneliti selanjutnya, semoga peneliti bisa dijadikan referensi terhadap penelitian selanjutnya dengan studi kasus yang serupa.



Perpustakaan UIN Mataram

DAFTAR PUSTAKA

- Amelia Setyawati., *dkk.*, " Pengaruh Pembiayaan Mudharabah dan Pembiayaan Musyarakah Terhadap Laba Bersih Pada Bank Muamalat Indonesia Periode 2015-2019", *Jurnal Manajemen Purna Iswara*, Vol. 4, No. 1, Tahun 2022.
- Amri Amir, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Penerapannya*, Jambi: IPB Press, 2009.
- Dimas Suhendra Syahri Ramadhan, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Pengambilan Keputusan Nasabah dalam Pembiayaan Murabahah Pada BMT Al-Aqobah Pusri", *Skripsi*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang, 2017.
- Ditha Nada Pratama, *dkk.*, " Pengaruh Pembiayaan Mudharabah, Pembiayaan Musyarakah dan Sewa Ijarah Terhadap Profitabilitas", *JRKA*, Vol. 3, Isue. 1. Februari 2017.
- Fachrizal Lubis, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Memilih Pembiayaan Mudharabah pada PT. BPRS Gebu Prima Medan", *Skripsi*, Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, 2022.
- Gede Lingga Ananta Kusuma Putra dan Gede Pasek Putra Adnyana Yasa, "Komik Sebagai Saranan Komunikasi Promosi dalam Media Sosial", *Jurnal Nawala Visual*, Vol. 1, No. 1, Mei 2019.
- Harinaldi, M. Eng., *Prinsip-Prinsip Statistik Untuk Teknik dan Sains*, Ciracas, Jakarta 13740: PT. Gelora Aksara Pratama, 2005.

- Ida Nurlaeli, “Pengaruh Faktor Budaya, Psikologi, Pelayanan, Promosi, dan Pengetahuan Tentang Produk Terhadap Keputusan Nasabah Memilih BPRS di Banyumas”, *Jurnal Pemikiran Islam*, Vol. XVIII, No. 2, Juni 2017.
- Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*, Semarang: Universitas Ponorogo, 2011.
- Iwan Purnama, “Pengaruh Pembiayaan Mudharabah dan Musyarakah Terhadap Laba Bersih Melalui Pendapatan Bagi Hasil Pada Bank Umum Syariah”, *Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, Vol. 6, No. 2, Februari 2023.
- Karnila Ali, “Pengaruh Promosi Dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Tabungan Ekasave Pada Bank Eka Kantor Pusat Metro”, *Jurnal Ilmiah FE-UMM*, Vol. 11, No. 1, Tahun 2017.
- Kasmir, *Dasar-dasar Perbankan*, Jakarta: PT. RajaGrafindo Pesada, 2014.
- Kasmir, “Pemasaran Bank “, Jakarta: Kencana Pereneda Media Group, 2010.
- Lie Liana, “Penggunaan MRA Dengan SPSS untuk Menguji Pengaruh Variabel *Moderating* Terhadap Hubungan Antara Variabel Independen dan Variabel Dependen”, *Jurnal Teknologi Informasi Dinamika*, Vol. XIV, No. 2, Juli 2009.
- Makhdaleva Hanura Tajudin dan Ade Sofya Mulazid, “Pengaruh Promosi, Kepercayaan dan Kesedaran Merek Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Haji (Mabrur) Bank Syarian Mandiri KCP. Sawangan Kota

- Depok”, *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. 8, No. 1, Januari-Juni 2017.
- Nel Arianty, “*Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pelanggan Menggunakan Kartu Mentari Pada*”, Medan: PT Indosat Tbk, Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- Nurnasrina, dan P. Adiyes Putra., “*Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*”, Jl. Sepakat No. 101 Panam-Pekanbaru, 2018.
- Ovan dan Andika Saputra,” *Aplikasi Uji Validitas dan Reliabilitas Intrumen Penelitian Berbasis Web*”, Sulawesi Selatan: Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia, November 2020.
- Pedoman penulisan Skripsi, Universitas Islam Negeri Mataram, 2022.
- Reza Arviciena Sakti, “Pengaruh Perilaku, Norma Subjektif, dan Kontrol Perilaku Terhadap Minat Nasabah Memilih Produk Tabungan Ibt Amanah Di Bank NTB Syariah”, *Jurnal Pascasarjan*, Vol. 9, No. 1, Juni 2020.
- Rika Dwi Ayu Parmatasari, dkk., “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Kabupaten Bima Menabung di Bank NTB Syariah”, *Islamic Banking, Economic and Financial Journal*, Vol. 1 No. 2, Juni 2021.
- Russely Inti Dwi Permata, dkk., “Analisis Pengaruh Pembiayaan Mudharabah dan Musyarakah Terhadap Tingkat Profitabilitas (*Return On Equity*)”, *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 12, No. 1 Juli 2014.
- Sandu Siyoto, dan M. Ali Sodik., *Dasar Metodologi Penelitian*, Yogyakarta: Literasi Media Publisni 2015.

- Sigit Suyantoro, *“Mengelola Data Hasil Penelitian Menggunakan SPSS”*, Yogyakarta: Wahana Komputer Semarang, 2014.
- Sugiyono, *“Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D”*, Jln. Gegerkalong Hilir No. 84 Bandung : Alfabeta, cv, April 2016.
- Supiah Ningsih., *“Dampak Dana Pihak Ketiga Bank Konvensional dan Bank Syariah Serta Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia”*, Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung, 2021.
- Suryani dan Hendryadi, *Metode Riset Kuantitatif...*, hlm. 119
- Syafi’i Antonio, *“Bank Islam dari Teori Ke Praktik”*, Jakarta: Gema Insani Press, 2001.
- Syofian Siregar., *” Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS”*, Jl. Tandra Raya No. 23 Rawamangun-Jakarta: PT Interpretama Mandiri, 2013.
- Syofian Siregar, *Staktistik Parametri.....*
- Tim Penyusun, *Pedoman Skripsi*, Universitas Islam Negeri Mataram, 2022.....
- Wardi, *dkk.*, *“Figh Muamalah”*, Jakarta: Amzah, 2015.
- Widjono Hs, *”Bahasa Indonesia Mata Kuliah Pengembangan Kepribadian di Perguruan Tinggi”*, Jakarta: PT Grasindo, anggota Ikapi, Jakarta 2007.
- Widya Kartika Agustina, *“Pengaruh Strategi Promosi dan Brand Image Terhadap Minat Nasabah dalam Menggunakan Produk Pembiayaan Mudharabah di Bank Syariah*

Indonesia Mojokerto Ex BRI Syariah”, *Skripsi*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Tulungagung, 2021.

Website

Bank Syariah Indonesia, “Produk dan Layanan”, dalam <https://www.banknbsi.co.id>, diakses pada tanggal 20 April 2023, pukul 21.00.

Impulse Digital, 2022, “5 Tujuan Promosi Produk, Simak Strategi Memulai Bisnis Ini!” <http://www.sap-express.id/blog/5-tujuan-promosi-produk-simak-strategi-memulai-bisnis-ini/> diakses tanggal 19 Februari 2023, pukul 21.21.

Otoritas Jasa Keuangan (OJK), 2017, “*Konsep Operasional Perbankan Syariah OJK (Otoritas Jasa Keuangan)*” <https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/tentang-syariah/pages/konsep-operasional-PBS.aspx>, diakses tanggal 17 februari 2023, Pukul 09.20.

Pamela, 2022, “7 Jenis Promosi Dasar yang Wajib Diketahui Pembisnis” <http://www.sap-express.id/blog/5-tujuan-promosi-produk-simak-strategi-memulai-bisnis-ini/> diakses tanggal 19 Februari 2023, pukul 21.21.

Wawancara

Wiwin Fauziah, Wawancara, Bima, 22 Oktober 2022.



Perpustakaan UIN Mataram

Lampiran 1 Permohonan Menjadi Responden

PERMOHONAN MENJADI RESPONDEN

Kepada

Yth. Responden

Nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Bima Soekarno Hatta 1

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Dengna Hormat

Saya adalah Mahasiswa Universitas Islam Negeri (UIN) Mataram yang akan melakukan penelitian dengan judul skripsi “ Pengaruh Faktor Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Mengajukan Pembiayaan Mudharabah Pada PT. Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Bima Soekarno Hatta 1” dengan identitas diri sebagai berikut:

Nama : Tri Rahmitasari
NIM : 190502260
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam

Penelitian ini dilaksanakan sebagai salah satu kegiatan untuk menyelesaikan tugas akhir program studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Negeri (UIN) Mataram. Apabila Bapak/Ibu/i bersedia menjadi responden dalam penelitian, saya berharap Bapak/Ibu/I mendatangkan lembar pertanyaan menjadi responden. Saya percaya setiap informasi yang Bapak/Ibu/I berikan kepada saya akan dijaga kerahasiaannya. Atas kerja sama dan kesediaannya saya ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Mataram, Maret 2023

Tri Rahmitasari

Lampiran 2 Persetujuan Responden

PERSETUJUAN MENJADI RESPONDEN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama :

Umur :

Pekerjaan :

Agama :

Pendidikan :

Setelah mendapatkan penjelasan serta mengetahui penelitian yang berjudul “ Pengaruh Faktor Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Mengajukan Pembiayaan Mudharabah Pada PT. Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Bima Soetta 1”. Menyatakan bersedia menjadi responden, dengan catatan sewaktu-waktu jika merasa dirugikan dalam bentuk apapun dapat membatalkan persetujuan ini.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sadar-sadarnya dan tanpa paksaan dari pihak manapun adan agar dipergunakan sebagai berikut.

Mataram, Maret 2023

Responden

Lampiran 3 Petunjuk Pengisian Kuesioner Penelitian

IDENTITAS PRIBADI

Dengan hormat mohon ketersediaan Bapak/Ibu/I untuk menjawab pertanyaan dibawah ini:

Berikut tanda (√) SS (Sangat Setuju) , S (Setuju), Kurang Setuju KS , Tidak Setuju (TS) dan STS (Sangat Tidak Setuju) pada jawaban yang sesuai dengan identitas Bapak/Ibu/I.

1. Jenis kelamin
 - a) Laki-laki
 - b) Perempuan
2. Umur
 - a) 15-29 tahun
 - b) 30-39 tahun
 - c) 40-49 tahun
 - d) 50-60 tahun
 - e) Lainnya
3. Agama
 - a) Islam
 - b) Hindu
 - c) Budha
 - d) Kristen
 - e) Lainnya
4. Pendidikan terakhir
 - a) SD
 - b) SMP
 - c) SMA
 - d) D3
 - e) S1
 - f) Lainnya
5. Pekerjaan/profesi
 - a) Pelajar/ Mahasiswa/i
 - b) Pegawai Swasta
 - c) PNS



Pustakaaan UIN Mataram

- d) Wirausaha
 - e) IRT
 - f) Petani
 - g) Lainnya
6. Nasabah
- a) Tabungan
 - b) Pembiayaan
 - c) Deposito
 - d) Lainnya
7. Penghasilan/Penadapatan
- a) < Rp. 1.000.000
 - b) Rp. 1. 000.000- Rp. 2.5000.000
 - c) Rp. 2.500.000- Rp. 7.000.000
 - d) Lainnya
8. Pertanyaan-pertanyaan Dari Kedua Variabel Promosi (Y) dan Keputusan Nasabah (X)

No A	Variabel Promosi (X)	SS	S	KS	TS	STS
	Saya tertarik mengajukan pembiayaan karena iklan yang dilakukan oleh bank di media social ataupun media elektronik					
2	Saya tertarik mengajukan pembiayaan karena promosi yang dilakukan oleh pihak bank secara langsung kepada nasabah					
3	Saya tertarik mengajukan pembiayaan karena informasi yang dilakukan ada di iklan lengkap dan jelas					
4	Saya tertarik mengajukan pembiayaan karena termotivasi dari informasi yang diberikan oleh sales atau <i>sevice</i>					
5	Saya tertarik mengajukan					

	pembiayaan karena bank sedang mengadakan promosi					
6	Saya tertarik mengajukan pembiayaan karena publisitas yang dilakukan pihak bank melalui kegiatan pameran, even, serta kegiatan lainnya yang dilakukan bank					
7	Saya tertarik mengajukan pembiayaan karena adanya kesan yang baik yang diberikan oleh pihak media					

No B	Keputusan Nasabah (Y)	SS	S	KS	ST	STS
8	Saya tertarik mengajukan pembiayaan di bank karena adanya tujuan dan kebutuhan yang harus dicapai					
9	Saya tertarik mengajukan pembiayaan karena bank mampu memenuhi kebutuhan nasabah					
10	saya tertarik mengajukan pembiayaan karena berbagai macam informasi yang saya dapatkan mengenai jasa pada bank					
11	Saya tertarik mengajukan pembiayan karena kepuasan yang didapatkan di bank					
12	Saya tertarik mengajukan pembiayaan karena bank memenuhi harapan serta kebutuhan					
13	Saya memilih Bank Syariah					

	Indonesia karena kepuasan dengan produk yang ditawarkan					
14	Bank Syariah Indonesia memberikan Informasi secara lengkap					



Perpustakaan UIN Mataram

Lampiran 4 Hasil Data Tabulasi

Data Tabulasi Responden

No	Promosi (X)								Keputusan Nasabah (Y)							
	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	Total	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Total
1	5	3	5	5	3	3	5	29	5	3	5	4	5	5	4	31
2	3	3	3	3	3	5	3	23	3	3	3	5	5	5	5	29
3	2	5	5	5	2	4	2	25	2	5	2	3	5	3	3	23
4	4	4	4	4	4	5	4	29	4	4	4	5	4	2	5	28
5	5	5	5	5	5	4	5	34	5	3	5	5	4	4	5	31
6	5	4	4	4	5	5	5	32	5	5	5	5	5	5	5	35
7	4	2	5	2	4	4	4	25	4	2	4	5	4	5	5	29
8	5	4	4	4	5	5	5	32	5	5	5	4	3	4	4	30
9	4	3	5	3	4	3	4	26	4	4	4	5	5	5	2	29
10	2	5	3	5	2	2	2	21	2	4	2	2	2	4	4	20
11	4	5	2	5	4	3	4	27	4	2	4	5	4	2	5	26
12	3	5	3	5	3	5	3	27	3	3	3	2	4	4	4	23
13	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	3	5	3	4	30
14	5	4	5	4	5	3	5	31	5	5	5	5	3	5	4	32
15	5	4	3	4	5	4	5	30	5	4	5	5	2	5	5	31
16	5	5	4	5	5	3	5	32	5	4	5	5	3	5	4	31
17	4	4	3	4	4	4	4	27	4	5	4	5	5	5	5	33
18	4	3	4	3	4	4	4	26	4	3	4	5	5	4	3	28
19	5	5	4	5	5	5	5	34	5	2	4	3	3	4	2	23
20	4	2	5	2	4	5	4	26	4	4	4	2	4	5	3	26

21	3	4	5	4	3	2	3	24	3	4	3	4	3	4	4	25
22	5	4	2	4	5	4	5	29	5	5	5	5	4	3	5	32
23	2	5	4	5	2	4	2	24	2	3	2	5	4	5	4	25
24	4	2	4	2	4	5	4	25	4	2	5	4	5	2	5	27
25	4	3	5	3	4	3	4	26	4	5	4	5	5	4	5	32
26	4	5	3	5	5	2	5	29	4	4	4	4	2	4	4	26
27	2	5	2	5	2	3	2	21	2	3	2	2	4	4	3	20
28	3	5	3	5	3	5	3	27	3	5	3	4	5	2	5	27
29	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	3	3	3	4	28
30	5	4	5	4	5	3	5	31	5	5	5	5	2	5	5	32
31	5	4	3	4	5	4	5	30	4	4	4	5	3	5	3	28
32	5	5	4	5	5	3	5	32	4	4	4	5	5	4	4	30
33	4	4	3	4	4	4	4	27	5	5	5	5	5	4	3	32
34	4	3	4	3	4	4	4	26	3	3	3	4	3	5	3	24
35	5	5	4	5	5	5	5	34	2	2	2	4	4	3	5	22
36	4	2	5	2	4	5	4	26	4	5	4	5	3	2	5	28
37	3	4	5	4	3	2	3	24	4	5	4	4	4	4	5	30
38	5	4	2	4	5	4	5	29	5	4	5	3	5	4	3	29
39	2	5	4	5	2	5	2	25	3	4	3	5	4	5	4	28
40	4	3	5	3	4	3	4	26	2	5	2	2	2	3	5	21
41	4	5	3	5	4	2	4	27	5	3	5	4	5	2	3	27
42	4	5	2	5	5	3	5	29	4	2	4	4	5	5	2	26
43	3	5	3	5	3	5	3	27	3	5	3	4	4	4	3	26
44	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	2	3	3	4	27
45	5	4	5	4	5	3	5	31	5	2	5	3	2	5	5	27
46	5	4	3	4	5	4	5	30	5	4	5	5	4	5	3	31
47	5	5	4	5	5	3	5	32	4	3	4	5	3	5	4	28

48	4	4	3	4	4	4	4	27	4	5	4	4	5	4	3	29
49	4	3	4	3	4	5	4	27	5	5	5	4	5	4	4	32
50	5	5	5	5	5	4	5	34	3	5	3	5	5	5	5	31
51	4	4	4	4	4	2	4	26	2	5	2	3	3	3	4	22
52	3	3	2	3	3	5	3	22	5	4	5	2	4	2	2	24



Perpustakaan UIN Mataram

Lampiran 5 Teknik Analisis Data

1. Uji Validitas (X) dan (Y)

a) Promosi (X)

		Correlations							
		X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	Total
X1	Pearson Correlation	1	-.051	.208	-.011	.939*	.070	.980*	.834**
	Sig. (2-tailed)		.722	.140	.936	.000	.623	.000	.000
	N	52	52	52	52	52	52	52	52
X2	Pearson Correlation	-.051	1	-.246	.958*	.034	-.146	-.012	.388**
	Sig. (2-tailed)	.722		.079	.000	.813	.301	.932	.005
	N	52	52	52	52	52	52	52	52
X3	Pearson Correlation	.208	-.246	1	-.202	.107	-.017	.151	.281*
	Sig. (2-tailed)	.140	.079		.152	.451	.902	.285	.043
	N	52	52	52	52	52	52	52	52
X4	Pearson Correlation	-.011	.958*	-.202	1	-.011	-.182	.025	.398**
	Sig. (2-tailed)	.936	.000	.152		.937	.198	.860	.003
	N	52	52	52	52	52	52	52	52
X5	Pearson Correlation	.939**	.034	.107	-.011	1	.049	.960*	.817**
	Sig. (2-tailed)	.000	.813	.451	.937		.730	.000	.000
	N	52	52	52	52	52	52	52	52
X6	Pearson Correlation	.070	-.146	-.017	-.182	.049	1	.016	.245
	Sig. (2-tailed)	.623	.301	.902	.198	.730		.912	.109
	N	52	52	52	52	52	52	52	52
X7	Pearson Correlation	.980**	-.012	.151	.025	.960*	.016	1	.828**
	Sig. (2-tailed)	.000	.932	.285	.860	.000	.912		.000
	N	52	52	52	52	52	52	52	52
Total	Pearson Correlation	.834**	.388*	.281*	.398*	.817*	.245	.828*	1

	Sig. (2-tailed)	.000	.005	.043	.003	.000	.109	.000	
	N	52	52	52	52	52	52	52	52
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).									
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).									

b) Keputusan Nasabah (Y)

		Correlations							
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Total
Y1	Pearson Correlation	1	.085	.982**	.229	.033	.070	-.059	.695**
	Sig. (2-tailed)		.548	.000	.103	.818	.621	.676	.000
	N	52	52	52	52	52	52	52	52
Y2	Pearson Correlation	.085	1	.085	.003	-.005	-.089	.113	.357**
	Sig. (2-tailed)	.548		.548	.983	.971	.530	.425	.009
	N	52	52	52	52	52	52	52	52
Y3	Pearson Correlation	.982**	.085	1	.246	.069	.034	-.001	.716**
	Sig. (2-tailed)	.000	.548		.079	.627	.809	.996	.000
	N	52	52	52	52	52	52	52	52
Y4	Pearson Correlation	.229	.003	.246	1	.217	.298*	.305*	.678**
	Sig. (2-tailed)	.103	.983	.079		.122	.032	.028	.000
	N	52	52	52	52	52	52	52	52
Y5	Pearson Correlation	.033	-.005	.069	.217	1	-.094	-.160	.315*
	Sig. (2-tailed)	.818	.971	.627	.122		.507	.257	.023
	N	52	52	52	52	52	52	52	52
Y6	Pearson Correlation	.070	-.089	.034	.298*	-.094	1	-.118	.330*
	Sig. (2-tailed)	.621	.530	.809	.032	.507		.406	.017
	N	52	52	52	52	52	52	52	52
Y7	Pearson Correlation	-.059	.113	-.001	.305*	-.160	-.118	1	.298*
	Sig. (2-tailed)	.676	.425	.996	.028	.257	.406		.032
	N	52	52	52	52	52	52	52	52
Total	Pearson Correlation	.695**	.357**	.716**	.678**	.315*	.330*	.298*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.009	.000	.000	.023	.017	.032	
	N	52	52	52	52	52	52	52	52

2. Hasil Uji Reliabilitas

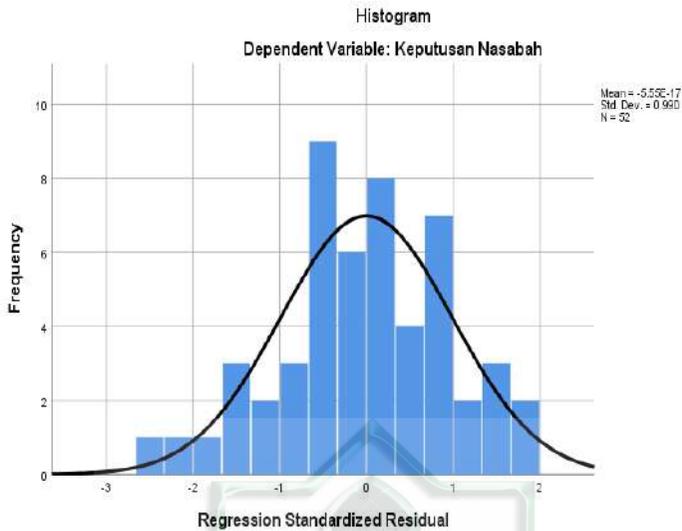
Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.622	14

3. Hasil Uji Asumsi Klasik

a) Hasil uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		52
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.26733031
Most Extreme Differences	Absolute	.081
	Positive	.050
	Negative	-.081
Test Statistic		.081
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Hasil Uji Normalitas Dengan Grafik Histogram



b) Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.228	2.085		1.548	.128
	Promosi	-.022	.073	-.042	-.294	.770

a. Dependent Variable: RES2

c) Hasil Uji Linear

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan Nasabah * Promosi	Between Groups	(Combined)	256.097	12	21.341	2.161	.035
		Linearity	96.783	1	96.783	9.801	.003
		Deviation from Linearity	159.314	11	14.483	1.467	.184
	Within Groups		385.133	39	9.875		
	Total		641.231	51			

4. Hasil Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
		B	Std. Error	Beta	T	
1	(Constant)	17.251	3.558		4.849	.000
	Promosi	.373	.125	.389	2.981	.004

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

5. Uji Regresi Linear Sederhana

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.389 ^a	.151	.134	3.29984
a. Predictors: (Constant), Promosi				
b. Dependent Variable: Keputusan Nasabah				

6. Uji R

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	96.783	1	96.783	8.888	.004 ^b
	Residual	544.448	50	10.889		
	Total	641.231	51			
a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah						
b. Predictors: (Constant), Promosi						

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	17.251	3.558		4.849	.000		
	Promosi	.373	.125	.389	2.981	.004	1.000	1.000
a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah								

Lampiran 6 Dokumentasi



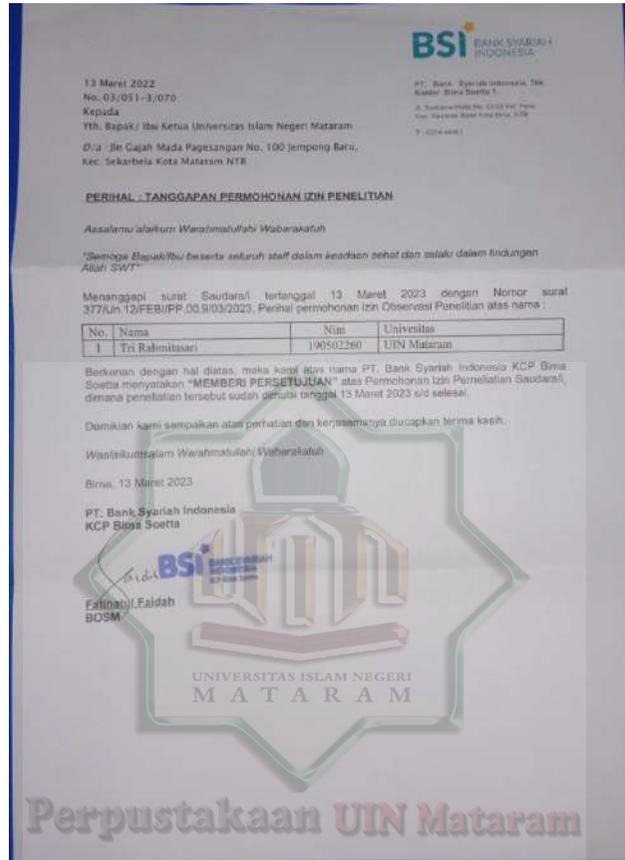
Kantor Bank Syariah Indonesia KC Bima Soetta 1

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
M A T A R A M

Perpustakaan UIN Mataram

Lampiran 7 Surat Penelitian

SURAT PENELITIAN



Surat Penelitian di Bank Syariah Indonesia KC Bima Soetta 1

Lampiran 8 Daftar Riwayat Hidup

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Data Pribadi

Nama : Tri Rahmitasari
Nim : 190502260
Tempat /Tanggal Lahir : Nunggi, 29 Januari 2002
Agama : Islam
Alamat Rumah : Desa Nunggi
Nama Ibu : Rahmi
Nama Ayah : Dahlan
E-mail : trimita24@gmail.com

B. Riwayat Pendidikan

SD : MIN 7 Bima
SMP : SMPN 2 Wera
SMA : SMAN 2 Wera



Perpustakaan UIN Mataram
Mataram, _____

Tri Rahmitasari

Lampiran Cek Plagiat Skripsi



UPT PERPUSTAKAAN UIN MATARAM Plagiarism Checker Certificate

No:1749/Un.12/Perpus/sertifikat/PC/06/2023

Sertifikat Ini Diberikan Kepada :

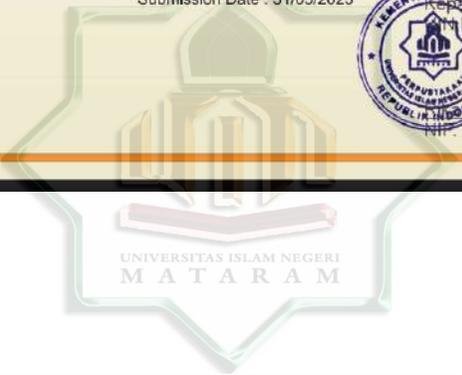
TRI RAHMITASARI
190502260
FEBI/PS
Dengan Judul SKRIPSI

**PENGARUH FAKTOR PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH DALAM
MENGAJUKAN PEMBIAYAAN MUDHARABAH PADA PT .BANK SYARIAH KANTOR CABANG
BIMA SOETTA 1**

SKRIPSI Tersebut telah Dinyatakan Lulus Uji cek Plagiasi Menggunakan Aplikasi Turnitin
Similarity Found : 20 %
Submission Date : 31/05/2023



UPT Perpustakaan
UIN Mataram
Mujawaty, M.Hum
NIP. 197608282006042001



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
M A T A R A M

Perpustakaan UIN Mataram

Bebas pinjam



Perpustakaan UIN Mataram